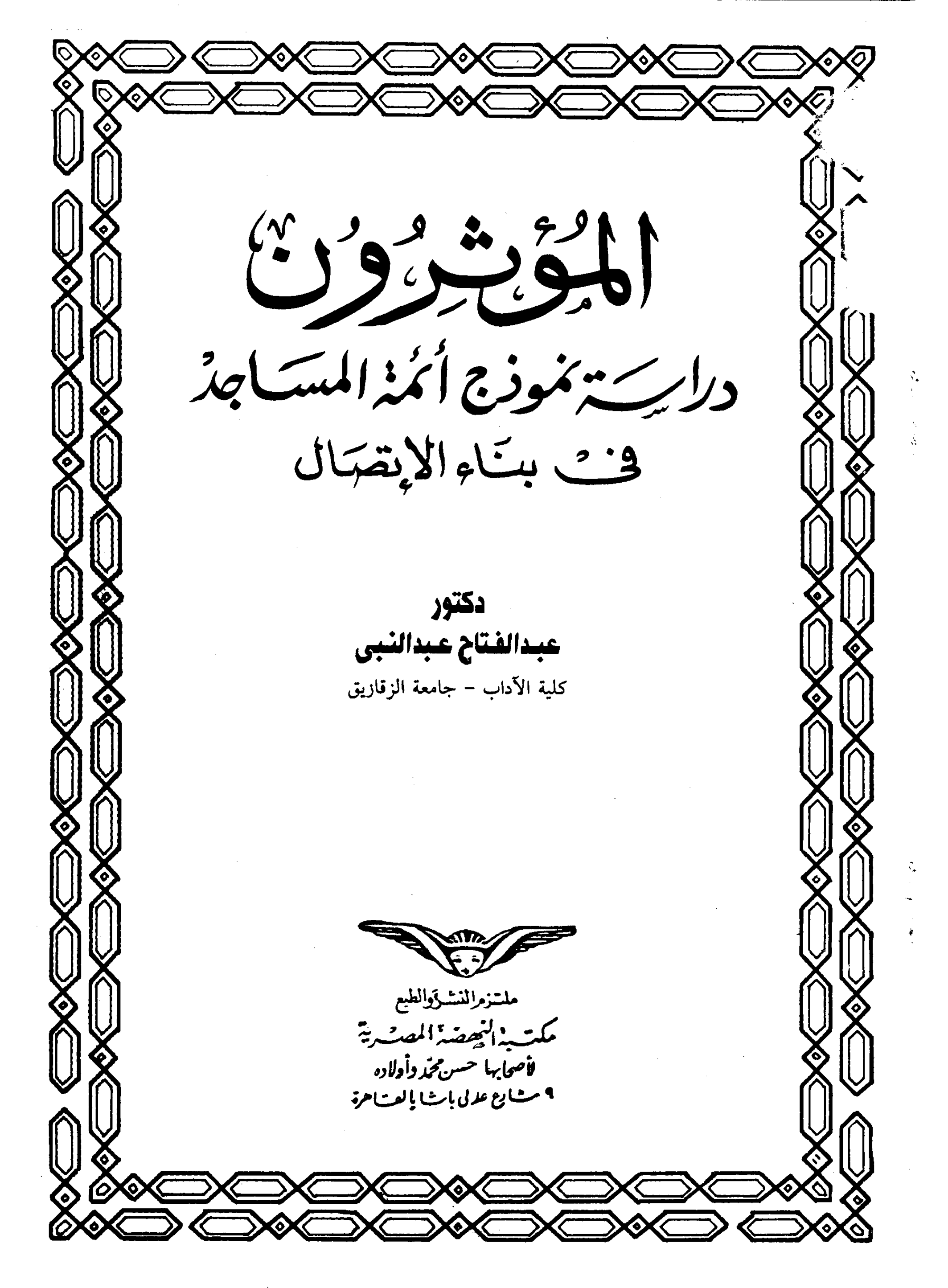


المؤثرون

دراسة نموذج أئمة المساجد في بناء الاتصال

دكتور

عبدالفتاح عبدالنبي

كلية الآداب - جامعة الزقازيق

ملتزم النشر والطبع

مكتبة النهضة المصرية

لأصحابها حسن محمد وأولاده

٩ شارع عدلي باشا بالقاهرة

المطبعـــة التجاريـــة الحديثـــة
٢٢ ش إدريس راغب - الظاهر - رمسيس
تليفون : ٥٩٠٣٣٦٤

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف
وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون﴾

(سورة آل عمران الآية: ١٠٤)

مقدمة

من الحقائق الملموسة فى الحياة الاجتماعية، أن لكل تجمع بشرى - أياً كانت طبيعته - كباره أو ذوى المكانة والنفوذ فيه، الذين يلعبون أدواراً مهمة فى تقرير مجريات الأمور فى هذا التجمع. ويطلق خبراء الاتصال والانتشار عادة على هؤلاء الأفراد مسمى «قادة الرأى» وهو المسمى الذى تتجه الدراسة الراهنة إلى تطويره باستخدام مصطلح «المؤثرون» لتجاوز تلك التحفظات والانتقادات الواسعة التى وجهها العديد من خبراء الاتصال المحدثون لمفهوم «قادرة الرأي» بالمعنى التقليدى الذى تضمنته الدراسات الإعلامية المبكرة[١].

والاهتمام بدراسة «المؤثرون» وتحديدهم والوصول إليهم تدخل بذلك فى صلب دراسات الاتصال الإقناعى ودراسات الانتشار؛ وهما معاً الميدان الرئيسى للدراسات الإعلامية المعاصرة. فإذا كان الاتصال، مجالاً يدخل فى نطاق اهتمامات علوم عدة مثل اللغويات، الحديث، البلاغة، القانون، الاجتماع، النفس، السياسة، الإدارة، إلى غيرها من العلوم الإنسانية، فإن باحث الإعلام، يعنى فى المقام الأول بانتشار الأفكار وتداولها وكيفية إقناع الآخرين بهذه الأفكار. وهنا تكمن أهمية الرؤية المتكاملة لفهم عمليات الانتشار والإقناع وتتبع هذه العمليات فى مستوياتها المختلفة.

ولقد أفضى الإخفاق فى الوصول إلى رؤى نظرية ومنهجية واضحة ومقبولة لفهم وقع عملية الاتصال، وانتشار تكنولوجيا الاتصال الجديدة، والتخوف من فقدان التخصص الإعلامى لهويته بسبب اهتمام العلوم الإنسانية الأخرى بدراسات الاتصال، وتشعب اهتمامات هذه العلوم بهذا الميدان، إلى تصاعد الدعوة فى السنوات الأخيرة من قبل المعنيين بشئون الإعلام فى الجامعات المختلفة لإعادة النظر فى مسيرة الدراسات الإعلامية، وإعطاء دفعة تجديدية لهذه الدراسات تعيد لها عافيتها ومكانتها بين التخصصات العلمية المختلفة، ولتسهم بفاعلية أكبر فى بناء نظريات الاتصال، ومواكبة التطورات الجديدة فى مجال تكنولوچيا الاتصال، وبالذات تلك التى اصطلح على تسميتها تكنولوچيا الاتصال التفاعلى عن بعد[٢].

والمتابع لهذه التوجهات على صفحات الدوريات العلمية المتخصصة، يلاحظ أنها تسير فى اتجاه[٣]:

١- وقف البحث فى تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرى، والتركيز على فهم عملية الإتصال. فقد أخذت هذه التأثيرات من قبل جل اهتمام بحوث الإعلام، وتبين بوضوح صعوبة فهم هذه التـأثيرات أو تحديدها بالنظر لتداخل العديد من العناصـر والمؤثرات الخارجـية عند قـياس تأثيـرات الوسائل فى مـجرى الحـياة الطبيعية للأفراد.

٢- انتقاد الانفـصال الراهن فى الدراسات الإعلاميـة بين دراسات الاتصال الشخصى ودراسات الاتصـال الجماهيرى، والعمل على توحيد جـهود الباحثين فى هذا المجـال . والدعوة بإلحـاح لتوحـيـد التخـصص لكى يشمل دراسـات الاتصال الشـخصى والجمـاهيرى. ودفع الطلبة لدراسـة وتسجيل المشـروعات البحثية التى تشمل المجالين.

٣ـ رفض تفرعات مـجال الاتصال التى تقوم على أسـاس القناة (شخصى ، جماهيرى ، وسيـط) أو صحافة ، إذاعة ، علاقات عامة. إلى التـقسيم القائم على أساس الدراسة العلمية المتخصصة بمجال معين، الانتشار ، الإقناع، وضع البرنامج، الرأى العام ـ إلخ وهو أمـر يساعد على توحيد التـخصص الإعلامى وإغلاق النجـوة بين دراسات الاتصال الشخـصى والجماهيرى، ويسـاعد على الإسراع بفـهم علملية الاتصال فى صورتهـا المتكاملة، ويدعم بصفة عـامة من هوية الدراسات الإعلامـية، ويضعها فى مكانها اللائق والصـحيح بين دراسات العلوم الإنسانية المختلفة .

وإذا كـانت المحاولات لإغـلاق الفـجوة بين دراسـات الاتصـال الشخـصى ودراسات الاتصال الجماهيرى ، تأتى فى المجتمعـات المتقدمة استجابة لضغوط تنظيميـة ومادية وتقنية، أو بغيـة الدفاع عن الهوية والتخـصص، فإن الأمر فى الواقع المحلى جد مختلف، فالمشكلة لا تكمن فى التـوحيد والتنظيم ، كما هو الحال فى المجتمع الأمـريكى مثلا، بحيث يتطلب الأمر توحيـد أقسام دراسات الاتصال الشخـصى وأقسام دراسات الاتصـال الجماهيرى فى الجـامعات ، وإنما الفجوة فى الأساس تكمن لدينا فى العمليـة ذاتها حيث تتمثل المشكلة الجوهرية فى نظام الاتصـال الراهن فى المجـتمع المصـرى فى تلك الفـجوة الأخـذة فى الاتسـاع بين عمليـات قنوات الاتصال الجـمـاهيرى وعـمليات قنوات الاتصـال

الشخصى ، وما يترتب على ذلك من إجهاض للعديد من الحملات الإعلامية القومية. وإفساح المجال للشائعات والفتن والدعايات المضادة، وهى كلها أمور أصبحت ملموسة ومقلقة وتهدد مسيرة الأمة ومشروعها المستقبلى.

وقد تتعدد الأسباب والمسببات وراء وجود هذه الفجوة أو تصاعد إتساعها فى السنوات الأخيرة، فربما يكون ذلك بسبب التسارع الشديد فى مجريات تغيير الحياة الاقتصادية والاجتماعية فى المجتمع، أو بسبب مركزية وسائل الإعلام الجماهيرى المفرطة أو تبعيتها، أو نتيجة التفاوت بين توظيف هذه الوسائل واحتياجات الأفراد الفعلية.. إلخ. ومع ذلك تظل المشكلة تكمن فى ندرة البيانات المتوفرة لدينا، عن عمليات قنوات الاتصال الشخصى، ربما بسبب تمحور الدراسات الإعلامية المحلية حول دراسات الاتصال الجماهيرى، وإهمالها لدراسات الاتصال الشخصى، انطلاقاً من سيادة تصور يرى أنها الأقوى والأكثر هيمنة وسرعة فى بلوغ الأهداف، أو لعله التأثر بالمركزية، والانبهار بالتكنولوچيا وتبنى سياسات التوجيه والإرشاد من القمة، أكثر من الحوار والتفاعل مع القاعدة، وهى السياسات والتوجهات التى أثرت -ولا تزال- على مسيرة البحوث الإعلامية فى مصر.

وفى ظل هذا الإهمال وغيبة البيانات أو الرصد والتقييم لعمليات الاتصال الشخصى تثار تساؤلات عديدة، كيف تعمل قنوات الإتصال الشخصى فى الواقع الفعلى؟ وما علاقتها بقنوات الاتصال الجماهيرى؟ أى الموضوعات أو المجالات يصبح أكثر تعاوناً وأيهما أكثر انفصالاً وتباعداً؟ ما مصادر تغذية قنوات الاتصال الشخصى بالمعلومات؟ وما نسبة مساهمة قنوات الاتصال الجماهيرى فى هذه المعلومات؟ ما مشكلات تداول المعلومات عبر الشبكات الشخصية؟ ما دور الأسرة والدوافع والاحتياجات فى هذا المجال؟ كيف يمكن ضبط وتوجيه سريان المعلومات عبر القنوات الشخصية؟ ومن هم الأفراد الأكثر تأثيراً فى هذا المجال؟ وكيف يمكن تحديدهم؟ إلى غيرها من التساؤلات التى لا تتوافر لدينا بيانات حولها رغم أهميتها النظرية بل والمجتمعية أيضاً فى ظل الظروف التى تمر بها البلاد فى المرحلة الراهنة.

حقاً، إن دراسة «المؤثرون» لن تستطيع الإجابة عل كل هذه التساؤلات، ولكنها تفتح الطريق أمام دراسات مماثلة تنهض لغلق الفجوة فى دراسات

الاتصال، ولتحقيق فهم أفضل لعملية الاتصال فى الواقع المحلى، وتدعيم القدرة على توجيه هذه العملية لصالح نهضة الأمة وبناء مشروعها الحضارى.

ولقد ملنا فى هذه الدراسة إلى الاتجاه مباشرة لدراسة آليات عمل إحدى قنوات الاتصال الشخصى وهو إمام المسجد، رغم إدراكنا بأن المؤثرين فى الواقع الفعلى عديدون، والمبادرة بهذا الاختيار والدراسة، جاءت لمبررات مجتمعية فرضتها حوادث العنف والإرهاب التى شهدتها البلاد فى السنوات الأخيرة، واتخذت من الدين ستاراً لها، والتى فى إطارها كثرت الاتهامات وتباينت الرؤى حول الأداء الفعلى لرجال الدعوة، وبالذات أئمة المساجد، دون تقييم علمى أو منظم لهذا الأداء. لقد تعددت التلميحات مثلاً إلى أن تقاعس الأئمة، وخلو ساحة المساجد من الإشراف الحكومى، وعدم تجاوب رجال الدعوة مع التحديات التى تواجه المجتمع، والاستغراق فى الأمور الشكلية.. إلخ كانت أحد العوامل وراء تصاعد نفوذ الجماعات الدينية المناهضة للدولة، وبادرت الدولة ممثلة فى وزارة الأوقاف بالإعلان عن فرض إشرافها على جميع المساجد الحكومية والأهلية، والإسراع بتغطية العجزفى عدد الأئمة والخطباء بتعيين العديد منهم لإغلاق ساحة المساجد أمام الجماعات الدينية المناهضة، ترى ما مدى صحة هذه التلميحات والأقاويل أو فاعلية هذه السياسات؟ وما كفاءة جهاز الدعوة ممثلاً فى أئمة المساجد فى الواقع الفعلى؟ وما علاقة هؤلاء بقنوات الاتصال الجماهيرى وبغيرهم ممن يتصدون للدعوة بعيداً عن الإشراف الحكومى؟ إنها تساؤلات ملحة تنهض الدراسة لمحاولة توفير إجابات محددة حولها.

وقد خرجت الدراسة فى صورتها النهائية متضمنة سبعة فصول. عرض **الفصل الأول** لموضوع الدراسة وإطارها المنهجى، وتناول **الفصل الثانى** بناء الاتصال من حيث ماهية هذا البناء، ومكوناته، وعلاقات التفاعل بين هذه المكونات، وعرض **الفصل الثالث** لشبكات الاتصال الشخصى وناقش طبيعة هذه الشبكات وخصائصها، ولمؤثرات تدفق المعلومات عبرها. واتجه **الفصل الرابع** لمناقشة مفهوم المؤثرين، وعرض بالتفصيل لملامح الشخصيات المؤثرة وأساليب تحديد واكتشاف هؤلاء الأفراد، والوصول إليهم فى الواقع العملى. وخصصت الدراسة **الفصل الخامس** لمناقشة المقدرة التأثيرية للأئمة، واهتمت هنا بإبراز أسباب اختيار الأئمة كنموذج للمؤثرين، والهوية الاتصالية للأئمة،

والتحـديات التى تواجه المقـدرة التأثيـرية لهم فى الوقت الراهن. وفى **الفصل السادس**، جرى عرض نتائج الدراسـة الميدانية. وفى **الفصل السابع**، عرضت الدراسة لحصاد النتائج والتثبت من فروضها.

وكلى أمل أن تلفت سطور هذا العمل انتباه القارئ بضرورة تكثيف الاهتمام بدراسات الاتصال الشخصى وربطها بـدراسات الاتصال الجماهيرى، وأن ينظر إلى العمل الراهن على أنه محاولة ينبغى أن تتبعها محاولات على هذا الطريق،

والله الموفق

عبدالفتاح عبد النبى
الأول من يناير ١٩٩٥

الفصل الأول
فى موضوع الدراسة وإطارها المنهجى

أولاً: موضوع الدراسة :

ظل رجال الدين على امتداد الحقب التاريخية المختلفة يلعبون دوراً أساسياً فى حياة المجتمع المصرى ، بالنظر إلى المكانة الدينية والاجتماعية التى يحتلها هؤلاء الأفراد فى نفوس المصريين ، ذلك أن المصرى ، ومنذ عهد أخناتون، عرف بتمسكه الشديد بالدين وشغفه المستمر بالحديث فى الشئون الدينية ، والاستماع إلى القصص الدينى وترديد الحكم والمواعظ الدينية، والانطلاق فى العديد من المواقف والتصرفات من مقولات وتصورات دينية. ومن هنا كانت الثقافة الدينية والتفقه فى الدين أحد أهم عناصر اكتساب المكانة والتوقير فى المجتمع المصرى. وانطلاقا من هذه الحقيقة ، قاد رجال الدين على مر العصور حركة التغيير ومجريات الأمور فى المجتمع المصرى ، ولعبوا دورا كبيرا فى شئون السياسة والحكم ، وقيادة الثورات والحركات الشعبية ضد الظلم والاستعباد ومحاولات الغزو أو التخلص من الاحتلال الأجنبى.

كما كان لرجال الدين دورهم فى توجيه الناس إلى العمل والانتاج ، وعدم التواكل على اعتبار أن العمل عبادة، وحث الجماهير على التعاون فى المشروعات الخيرية والمشاركة فى الجهود الذاتية من أجل تحسين فرص الحياة فى المجتمع، هذا فضلا عن دورهم الكبير فى مجال القضاء على الشائعات المضللة والفتن المدمرة، وتحقيق التماسك والاستقرار الإجتماعى، وإضفاء الشرعية على ما يتخذ من قرارات أو يتبع من سياسات فى المناحى المختلفة.

وفى إطار مرحلة التغيير والتحول المتسارع التى يشهدها المجتمع المصرى فى الآونة الأخيرة على ضوء ما يعرف ببرنامج إعادة التكيف الهيكلى للاقتصاد المصرى والإصلاح الاقتصادى ، وما يصاحب تطبيقه من مشكلات اقتصادية واجتماعية وقيمية عديدة، ومع تصاعد موجات العنف والإرهاب التى يشهدها المجتمع واستخدام الدين كستار للعديد من عمليات العنف والإرهاب، تزايد الالتفات إلى دور رجال الدين فى معالجة هذه المشكلات أو التخفيف من حدتها، وخصوصا بعد تزايد الاقتناع بأن التصدى الأمنى لعمليات الإرهاب

والعنف المسلح ليس كـافيا بمفـرده لاحتـواء هذه العمليـات أو على الأقل الحد منها، وأن الحـوار والتوعية الدينيـة تعد مدخلا مهـما ومكملا لسائـر المعالجات الأخرى لقـضايا العنف والإرهاب والتطرف ، بل وتتـعاظم أهمـية هذا المدخل على ضوء استمرارية الجماعات غير الشرعـية فى تعبئة وتجنيد الجماهير، وإنشاء التنظيمـات المناهضة اعتمـاداً على أسس واعتبارات دينيـة وهو ما يفسـر أسباب توالى الإعـلان بين الحين والآخـر عن القبض عـلى تنظيمـات إرهابيـة، رغم استمرارية إيحاء الخطاب الرسمى الإعلامى بأن موجة الإرهاب قد تم احتواؤها و القضاء عليها بعد الضربات الأمنية الناجحة ضدها.

وقد قـامت الدولة إيمانا منهـا بأهميـة الحوار والتـوعيـة الدينية فـى معـالجة المشكلات الناجمة على برامج التغييـر وتفاقم ظواهر العنف والتطرف إلى تسيير قوافل دينيـة فى طول البلاد وعرضهـا، وتعبئة أئمـة المساجد وخطبائهـا لشرح مبادئ وأحكام الدين السمحـة وتوعية الشباب بالمفاهيم الدينية الصحـيحة بعيداً عن التعصب أو التطرف، وكشف مخاطر الإرهاب والعنف على مستقبل الأمة، وإبراز الجهود المختلفـة لمعالجة المشكلات على ضوء طبيعـة الظروف والتحديات التى تمر بها البلاد. والمشكل هنا أن نتائج جهود هذه الحملة لم تخضع للدراسة أو التحليل. صـحيح أن هناك بعض الكتـابات المتناثرة المنشورة على صفـحات الصحف أو فى بعض الكتب التـى تتحدث عن هذه القوافل الدينيـة أو موقف أئمة المساجد من القضايا والمخاطر التى يتعرض لها المجتمع، إلا أن معظمها جاء انطباعياً يعتمد على التحليل المكتبى أو التصور النظرى بعيداً عن التقويم العلمى والدراسة الحـقلية، الأمـر الذى يفرض أهميـة النزول الميدانى والاقـتراب من الواقع لفهم وتقيـيم حقيقة الأداء الاتصـالى لرجال الدعوة على أرض الو قع، وطبـيعـة الظروف والأوضاع التى يعـمل فى إطارها أئمة المسـاجد ومـا يتـركه نشاطهم الاتصالى من تأثيرات فـعلية فى الحياة الاجتماعيـة للأفراد فى المجتمع فى الوقت الراهن.

ويكتسب هذا التوجه أهمية خـاصة فى الوقت الراهن على ضوء الاعتبارات التالية:

١- تصاعـد الاتهامـات الموجهة إلى رجـال الدعوة وتحـديداً أئمة المسـاجد بالتقاعس عن القيام بمهامهم فى المجتمع والركون للمهادنة والسلبية فى التصدى لمعالجة القضايا التى يعانى منها المجتـمع، والتركيز على الشكلى وغير الجوهرى

من أمـور الدين والدنيـا، بل والعـمل فى الاتجاه المضـاد والخـروج عن الخط الرسمى ومتطلبات تحقيق الاستقرار في المجتمع، وبالذات التناقض بين ما ينشر أو يذاع عبـر أجهزة الإعـلام الرسميـة وما يقال داخل المسـاجد وعلى المنابر، وهى الاتهـامات التى كـثيـراً ما تتـردد على صفـحات الصـحف وفى الندوات والمؤتمرات الخاصـة، ويصبح التحقق منهـا أمرًا ملحاً وضرورة مـجتمعـية على ضـوء التـحديـات التى يمر بهـا المجتـمع فى الوقـت الراهن، والمكانة الدينيـة والاجتماعية التى يحظى بها الأئمـة ورجال الدين فى نفوس الأفراد وباعتبارهم أداة من أدوات الضبط وتحقيق الاستقرار الاجتماعى.

٢ـ تدهور المستوى القـيمى والأخلاقى، ونشير تحـديداً إلى تلك السلوكيات المنحرفة من جانب تلك الفئات التى تتعامل مباشرة مع الأفراد، وتفشى مظاهر الفساد والرشوة وتعاطى المخدرات والجرائم الأسـرية... إلخ، كنتيجة منطقية لمحصلة التحول المتـسارع وما يعانيه المجتمع من أزمـات اقتصادية طاحنة، وهو التدهور الذى يفـترض أن يلعب فيـها المسجـد أو رجال الدعوة دوراً كبـيرًا فى التصدى لها أو الحد منها، ويتعاظم أهمية هذا الدور على ضوء تزايد الشك فى الحكومة وقدراتها، وفى مصداقية أجهزة الإعلام الرسمية.

٣ـ تعرض المجتمع لتـيارات وأفكار متباينة ومعادية تستـهدف تقويض دعائم الاستـقرار واجـهاض خطط الإصـلاح والتغيـير واسـتخدام شـرائط الكاست والفيديو وأجهزة البث المباشر وغـيرها فى نشر الشائعات وترويج الفتن. ويعد المسجد ممثلا فى إمامه هو المصدر الأسـاسى المرشح للتصدى لهذه التيارات على الأقل بفـعل ما يتـوافر لهـذا المصدر الإتصـالى من عناصر القـرب، والمبـاشرة والمصداقية النسبية والمرونة... إلخ.

٤ـ تزايد الاعتماد على الجهود الذاتية والمشـاركة الشعبية فى إتمام المشـروعات الخدمية كإنشـاء المدارس والمساجد والعيادات الطبية والجمعيـات الخيرية وغيرها فى إطار برنامج الإصـلاح الاقتصـادى وسيـاسات تقليص الدعم والانسـحاب التدريجى للدولة من قطاعـات الإنتاج والخدمات، وهنا يبرز دور أئمـة المساجد ورجال الدعوة بعـامة فى مجال التعبـئة وحشد الجهود وقيـادة هذه المشروعات بفضل مـا يتمتعـون به من مكانة دينية واجتـماعية تؤهلهم لممـارسة هذا الدور بفاعلية أكبر بالمقارنة بالفئات الاجتماعية الأخرى.

٥- شيوع الإحساس العام بتدهور صورة رجل الدين فى المجتمع المصرى وتراجع المكانة الاجتماعية والمقدرة التأثيرية التى ظل يحتلها رجال الدعوة على امتداد الحقب التاريخية المختلفة وهو الإحساس الذى يروج له العديد من الكتابات ربما لأغراض سياسية أو بفعل طبيعة الظروف التى يمر بها المجتمع فى الوقت الراهن وهو أمر يستأهل التثبت الميدانى.

٦- الحاجة الملحة لتصحيح الصورة المغلوطة عن الإسلام ، حيث يفترض أن يعبر رجال الدعوة عن سماحة الإسلام وعدله، وأن يكونوا قدوة طيبة للناس، وأن يربطوا القول بالعمل حتى يساهموا بفاعلية أكبر فى تحقيق الاستقرار والإصلاح فى المجتمع .

وأيًا كانت الاعتبارات التى تفرض بحث وتقييم أوضاع جماعة الأئمة فى المجتمع، والتثبت من المقدرة التأثيرية لهؤلاء الأفراد فى الواقع الفعلى، فإن موضوع الدراسة يتضمن محاولة تقديم إجابة محددة حول تساؤل رئيسى هو:

ما مكانة ووقع الأداء الاتصالى للأئمة فى بناء الاتصال الراهن فى المجتمع المصرى؟

وينبثق من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية على النحو التالي:

س١ : ما هى نظرة الأئمة لذواتهم وللمكانة التى يحظون بها فى المجتمع فى الوقت الراهن؟

س٢ : ما تصور الأئمة لمهامهم ولكيفية قيامهم بهذه المهام على الوجه الأكمل؟

س٣ : ما طبيعة الأوضاع التى يعمل فى إطارها الأئمة، وإلى أى حد تسهل أو تعوق هذه الأوضاع قيام الأئمة بمهامهم الاتصالية المختلفة؟

س٤ : كيف تتحدد العلاقة بين الأئمة ووزارة الأوقاف ممثلة فى المفتش الدينى؟

س٥ : ما علاقة الأئمة بوسائل الإعلام الجماهيرى. وما درجة تكاملهم مع هذه الوسائل؟

س٦ : ما موقف الأئمة من بعض المشكلات التى يعانى منها المجتمع المصرى فى الوقت الراهن؟

وهذا التساؤل بدوره يتضمن مجموعة التساؤلات التالية:

أ- ما حقيقة موقف الأئمة من موضوع تنظيم الأسرة؟

ب- ما رؤية الأئمة لموضوع الفساد والفئات الأكثر فسادًا فى المجتمع؟

جـ- ما تصور الأئمة لموضوع التطرف وما هية المتطرفين.؟

د- ما تصور الأئمة للجماعات الإسلامية . وكيف تتحدد علاقتهم مع هذه الجماعات فى الواقع الفعلى؟

ثانيًا: أهداف الدراسة:

وفى إطار موضوع الدراسة وما يثيره من تساؤلات، يمكن بلورة أهداف العمل الراهن فى النقاط التالية:

١- الكشف عن حقيقة الأوضاع التى يعمل فى إطارها أئمة المساجد، وتحديد المعوقات التى تحد من قدراتهم الاتصالية أو قيامهم بالمهام المنوطة بهم فى المجتمع.

٢- تحديد رؤية الأئمة لذواتهم، ودرجة اعتزازهم بدورهم وللمكانة التى يحظون بها فى المجتمع.

٣- الوقوف على حقيقة الدور الذى يلعبه أئمة المساجد فى التصدى لبعض القضايا والمشكلات التى يعانى منها المجتمع المصرى وبالذات قضايا العنف والتطرف والفساد وتنظيم الأسرة، وتحديد تصوراتهم لأسباب هذه المشكلات ولكيفية معالجتها.

٤- التحقق من مدى فاعلية أو عمق المواجهة الحقيقية التى تبديها الدولة إزاء بعض القضايا، وبالذات قضايا العنف والتطرف من خلال دراسة نموذج الأئمة وباعتبار أنهم أحد أهم أدوات الدولة المتاحة التى يعول عليها فى التعامل مع هذه القضايا.

٥- الكشف عن طبيعة العلاقات التى تربط أئمة المساجد كنسق خاص من أنساق الاتصال ببقية أنساق الاتصال الأخرى فى المجتمع، وتحديد درجة الاتساق أو التنافر بينهم وبين هذه الأنساق.

٦- محاولة التوصل إلى تصور محدد لكيفية تطوير الأداء الاتصالى للأئمة وتحقيق تكامل هذا النسق الاتصالى مع بقية مكونات أنساق بناء الاتصال فى المجتمع حتى يمكن القيام بالمهام المنوطة به على الوجه الأكمل.

ثالثاً: فروض الدراسة:

الفرض الأول: تنخفض درجة تقدير أئمة المساجد لذواتهم أو اعتزازهم بدورهم وللمكانة التى يحظون بها فى المجتمع، ويعمل عادة غالبيتهم بروح منهارة وبعقلية الموظف أكثر من عقلية الإمامة.

الفرض الثاني: تتسم العلاقة بين أئمة المساجد ووزارة الأوقاف ممثلة فى المفتش الدينى بالشك والمراوغة وانعدام المصداقية والتوتر، وأن ذلك يساعد على ازدواجية النشاط الاتصالى للأئمة، والانفصال بين نشاطهم الاتصالى الرسمى ونشاطهم الاتصالى غير الرسمى.

الفرض الثالث: توجد معوقات ذاتية وموضوعية تعوق قيام الأئمة بمهامهم، وتحد من قدراتهم التأثيرية أو فاعليتهم فى الحياة الواقعية فى المجتمع.

الفرض الرابع: تتسع الفجوة بين أئمة المساجد كقنوات اتصال شخصى وقنوات الاتصال الجماهيرى وبالذات التليفزيون وتصنف العلاقة بينهما على أنها عدائية أو ضعيفة وغير متكاملة.

الفرض الخامس: يتخذ أئمة المساجد مواقف واتجاهات إزاء قضايا تنظيم الأسرة، والتطرف والإرهاب، والفساد والتنظيمات الدينية غير الشرعية تتباين مع توجهات الخطاب العام للدولة والموقف الرسمى المعلن إزاء هذه القضايا.

رابعاً: منهج الدراسة وأساليب جمع البيانات:

فى إطار طبيعة هذه الدراسة وأهدافها، ومع عدم توافر بيانات متاحة كافية ودراسات سابقة حول موضوعها، فإن هذه الدراسة تعد من الدراسات الوصفية التى تعنى برصد وتوصيف المقدرة الاتصالية لأئمة المساجد فى الواقع الفعلى من زوايا عدة: المكانة التى يحظون بها، الأوضاع التى يعملون فى إطارها، العلاقة مع قنوات الأتصال الأخرى، الموقف من القضايا المجتمعية. ويعتمد الوصف والتحليل هنا على العرض الكمى والكيفى للبيانات التى يتم توفيرها باستخدام المداخل والأدوات المنهجية التالية:

١- منهج المسح الإعلامى: وقد جرت الاستعانة بهذا المنهج من خلال المسح الاستطلاعى لنماذج مختلفة من المساجد وإجراء مقابلات حرة ومفتوحة مع عينة من أئمة المساجد بمواقع مختلفة فى نطاق مركز مدينة الزقازيق، حيث تم تدوين ملاحظات أولية حول آليات العمل بالمساجد، وتصنيفات العاملين بها،

والنوعيات المختلفة للمساجد الموجودة ومدى تفاوتها من حيث درجة الإشراف عليها (أوقاف - أهالي) والنشاطات الاتصالية للإمام، وعلاقاته برؤسائه ومرؤسيه وبالناس. وقد كانت هذه الخطوة ضرورية، حيث أفادت كثيراً في مرحلة طرح التساؤلات وصياغة الفروض وتحديد عناصر استمارة البحث. كما أفاد هذا المسح الأولى فى اتخاذ قرار استبعاد الدراسة التطبيقية على الجمهور، حيث أظهرت الحوارات التلقائية مع العديد من رواد المساجد التى جرى مسحها صعوبة قياس المقدرة التأثيرية للأئمة من زاوية الجمهور وعدم فاعلية الاستبيان فى هذا المجال، وكان ذلك دافعاً لتركيز البحث عن الأئمة ذواتهم.

٢- المنهج المقارن: استعانت الدراسة فى تحليلاتها ببعض المقارنات وتم ذلك على عدة مستويات: (١) مستوى المناطق الجغرافية المختلفة. (٢) مستوى نوعيات المساجد. (٣) مستوى التكامل أو التنافر مع قنوات الاتصال الأخرى.

٣- الملاحظة: استخدمت الدراسة أداة الملاحظة، وقد جرى توظيف هذه الأداة فى الحصول على بيانات واقعية حول جوانب عديدة ترتبط بتساؤلات البحث وما يثيره من فروض، وقد تحددت جوانب الملاحظة فى المجالات التالية:

- المظهر العام للإمام.
- المكانة التى يحظى بها الإمام من جانب الأفراد.
- مدى الالتزام بالتعليمات الرسمية والزى الرسمى.
- أسلوب ممارسة العمل.
- أسلوب التعامل والتفاعل بين الإمام ورؤسائه.

٤- المناقشة الجماعية: اهتمت الدراسة بإعداد بعض الجلسات الجماعية فى المناطق التى سمحت فيها الظروف بذلك، وقد حرص البحث فى تنظيمه لهذه المناقشات ألا يقتصر الأمر على دعوة مجموعة من أئمة المساجد بالمنطقة، ولكن امتدت الدعوة لتشمل أيضاً المستويات الوظيفية المختلفة مثل مقيمى الشعائر وخدم المساجد، وعادة كان عدد المشاركين فى هذه الجلسات يتراوح بين خمسة إلى عشرة أفراد. وفى الواقع عقد معظمها فى مركز مدينة الزقازيق، ومركز ههيا محافظة الشرقية. وقد أفادت هذه المناقشات المنظمة فى تجميع بيانات غاية فى الأهمية. حول الأوضاع والظروف التى يعمل فى إطارها الأئمة،

والمشكلات التى يواجهونها، وحقيقة مواقفهم إزاء القضايا التى تثيرها الدراسة وبالذات الموقف من التنظيمات الدينية والعنف والفساد، وكانت مهمة الباحث خلال هذه المناقشات تقتصر على طرح التساؤلات الخاصة بهذه الجوانب وتدوين ما يطرح من أفكار خلال المناقشات التى كانت تأخذ عادة طابعاً ساخناً وخلافات شديدة فى الرأى بين المشاركين.

٥- استمارة البحث: وبالإضافة إلى ما تقدم، اعتمد البحث فى رفع بيانات مقننة على استمارة البحث التى قام صاحب العمل الراهن بتطبيقهابنفسه فى مقابلات مع الأئمة عينة البحث. وقد جرى بناء استمارة البحث اعتماداً على مصادر عدة منها:

١- المسح الاستطلاعى والزيارات الأولية للعديد من المساجد.

٢- القراءات النظرية للعوامل الفاعلة فى تشكيل المقدرة التأثيرية للأئمة.

٣- استمارات البحوث التى استهدفت كشف وتحديد قيادات الرأى [٤].

٤- التساؤلات والفروض التى يثيرها البحث.

وقد اشتملت استمارة البحث فى صورتها النهائية على (٥٢) سؤالاً مفتوحاً ومغلقاً موزعة على ستة بنود أساسية على النحو التالي:

أولاً: الوضع الاجتماعى الاقتصادى للإمام - ويشمل :

السن، محل الميلاد، المؤهل الدراسى، محل الإقامة، مهنة الأب، الحالة الزواجية، عدد المعالين، مدى حيازة بعض السلع والآلات المعمرة، مصادر الدخل، فرصة العمل بالخارج.

ثانياً: المركز الاقتصادى والتقدير الذاتى - ويشمل التساؤلات:

- المسافة بين محل الإقامة والعمل.
- كيفية قضاء معظم الوقت.
- الأماكن المفضلة لقضاء وقت الفراغ (إن وجد).
- درجة المعرفة بنوعية الخلافات التى تقع بين الناس ومدى تدخله لمعالجتها.
- مدى الاستعانة برأيه فى المنطقة وحجم المترددين عليه للإستشارة ومجالات الاستشارة.
- الفئات الاجتماعية الأكثر تردداً واستشارة للإمام.

- **تصور المبحوث لمكانة رجل الدين لدى الناس.**
- **تصوره لمهام الإمام ولأساليب النجاح فى هذه المهام.**
- **تصوره لطبيعة العلاقة بين الإمام والناس.**
- **مدى رضاه عن دوره فى مجال الدعوة واقتناعه بمهمته.**

ثالثاً: الضغوط ومشكلات الأداء الاتصالى - **ودارت التساؤلات هنا حول :**

- **تصور المبحوث للعلاقة مع المفتش الدينى.**
- **كيفية تحديد موضوع الدرس والخطبة.**
- **المعوقات التى تواجهه فى مجال الدعوة وأوزانها المختلفة.**
- **تصور المبحوث لمدى كفاية التأهيل والتدريب الذى تلقاه لممارسة الدعوة.**

رابعاً: العلاقة مع قنوات الإتصال الأخرى - **ودارت التساؤلات فى هذا البند** حول :

- رأى المبحوث فى التليفزيون كوسيلة إعلامية.
- درجة التعود على مشاهدة التليفزيون.
- نوعيات البرامج الأكثر اعتياداً على مشاهدتها.
- رأيه فى الراديو كوسيلة إعلامية.
- درجة التعود على الاستماع للراديو.
- البرامج الأكثر تعوداً على الاستماع إليها فى الراديو.
- رأيه فى الجرائد، ودرجة التعود على قراءتها.
- مدى معرفته بأسماء الجرائد الموجودة فى السوق.
- الموضوعات التى يقبل على قراءتها فى الجريدة.
- مدى قراءته للمجلات والمعرفة بأسمائها.
- مدى المداومة على قراءة الكتب ونوعياتها.

خامساً: الموقف من القضايا المجتمعية :

- رأيه فى موضوع تنظيم الأسرة.
- تصوره لموضوع التطرف والمتطرفين.

- تصوره لأسباب استشراء الفساد والفئات الأكثر فساداً.
- رأيه فى الإخوة الذين يمارسون الدعوة بعيداً عن الأوقاف من حيث :
- درجة تصوره لمدى إخلاصهم للدعوة.
- كفاءتهم فى الدعوة.
- أساليبهم المستخدمة فى الدعوة.
- علاقة المبحوث بهم.

سادساً: مقترحات تطوير وتحسين أساليب الدعوة وأوضاع الأئمة فى رأى المبحوث.

سابعاً: المجال الجغرافى وعينة البحث :

ثارت منذ البداية مشكلة تحديد المناطق الجغرافية المناسبة لتطبيق الدراسة الميدانية، والمعيار الذى يعتمد عليه فى هذا التحديد فهل نأخذ بمعيار عدد المساجد فى المحافظات الجغرافية المختلفة بحيث تجرى الدراسة فى المحافظات التى تحظى بأكبر عدد من المساجد التى تشرف عليها وزارة الأوقاف. أم نعتمد على معيار وجه قبلى وبحرى، بحيث ننتقى محافظة فى وجه بحرى وأخرى فى وجه قبلى. وقد ملنا فى البداية لهذا التوجه الثانى، وعلى أساس توقع اختلاف ظروف وأوضاع الدعوة الإسلامية فى مناطق الصعيد نسبياً عن وجه بحرى، واتجهنا إلى تحديد محافظة أسيوط، ومحافظة الشرقية وجاء اختيار الأولى نظراً لعنف وشدة التيارات الدينية فى هذه المحافظة، وأن ذلك يتيح تقييم موقف الدعوة الرسمية ممثلة فى الأئمة فى مقابل التيارات الأخرى وخصوصاً أن جانباً من أهداف البحث يسعى للتحقق من هذا الموقف، ولكن باءت كل محاولاتنا لتهيئة وإعداد هذه المحافظة لإجراء الدراسة الميدانية بالفشل، وذلك فى إطار التوترات الأمنية والدينية التى تشهدها، وتبين بوضوح المخاطر الكبيرة التى يتعرض لها الباحث والبحث وشدة المقاومة والامتناع عن الإدلاء خلال الزيارات التمهيدية فضلاً عن عدم وجود جهة تتولى دعم وحماية البحث. ولم يكن حال محافظات سوهاج والمنيا بأفضل من حال محافظة أسيوط فى هذا المجال.

ولذلك، فقد تقرر استبعاد محافظات وجه قبلى فى الوقت الراهن، وتركيز الدراسة بمحافظة الشرقية حيث توجد الجامعة التى يعمل بها الباحث وتتوافر له

فيها تسهيلات وإمكانات أكبر والعمل بحرية أفضل نسبياً بالإضافة إلى ما تتمتع به هذه المحافظة من هدوء نسبى بالمقارنة بمحافظات وجه قبلى، المتوترة، وهذا الهدوء يمكن أن يتشابه مع طبيعة الأوضاع فى العديد من المحافظات على مستوى الجمهورية.

وفى نطاق محافظة الشرقية، ثارت مشكلة من سنقابل؟ وما هو العدد المناسب؟ وكيفية إجراء المقابلات وتحديد مواقع مفردات العينة؟ وتحددت الإجابة فى أننا سنقابل جماعة الأئمة المعينين من قبل وزارة الأوقاف بالمساجد التابعة أو التى تتوافر للوزارة إمكانات الإشراف الفعلى عليها. وفى حقيقة الأمر لاتوجد بيانات دقيقة وموثوق بها حول عدد المساجد الحكومية أو الأهلية بمحافظة الشرقية، ناهيك عن عدد الزوايا التى تكاد تكون منتشرة فى كل حارة وزقاق، ويبدو أن ذلك هو حال جميع المحافظات.

وتشير بيانات المسح الاجتماعى، أن عدد المساجد الحكومية بمحافظة الشرقية عام ١٩٧٠ كان (٢١٧) مسجداً وارتفع هذا الرقم إلى (٣٦٠) مسجداً عام ١٩٨٢. فى حين أن عدد المساجد الأهلية كان عام ١٩٦٤ (١٧٨٧) مسجداً، وانخفض هذا الرقم عام ١٩٨٢ إلى (٧١٨) مسجداً. وطبقاً لهذه البيانات التى تقف عند عام ١٩٨٢، يصبح إجمالى عدد المساجد الأهلية والحكومية بمحافظة الشرقية (١٠٧٨) مسجداً. وفى مقابل ذلك، فإن البيانات الصادرة من محافظة الشرقية وتتعلق بمديرية الأوقاف[٥] تشير إلى أن عدد المساجد الحكومية عام ١٩٨٩ يصل إلى (٥٦٩) مسجداً وعدد المساجد الأهلية (٤٥٦) مسجداً بإجمالى (١٠٢٥) مسجداً أهلياً وحكومياً.

وأياً كان الأمر، وإذا إعتمدنا البيانات الأخيرة، فإن الشئ اللافت للنظر أنه فى حين يصل عدد المساجد الحكومية إلى (٥٦٩) مسجداً فإن عدد الأئمة لم يتجاوز (٣٧٦) إماماً، وعدد مقيمى الشعائر (٣٠٣) وعدد المؤذنين (١٤٨) وعدد الخدم (٣٠٨٥) خادماً، وهى بيانات تشير إلى العجز الواضح الذى تعانيه وزارة الأوقاف ليس فقط فى تغطية المساجد الأهلية ولكن أيضاً فى المساجد المصنفة باعتبارها مساجد حكومية أو قطاع عام. وهو أمر قد يستدعى الطلب من الإمام الواحد، التنقل من مسجد إلى آخر فى المناطق المختلفة.

وعلى ضوء ذلك، رأينا، أن التوسع فى حجم العينة ليشمل جميع الأئمة - على محدودية عددهم (٣٧٦) إماماً ـ قد يستنفذ وقتاً وجهداً كبيراً للوصول إلى مواقعهم، والأهم من ذلك، قد يأتى ذلك على حساب الدقة فى البحث أو إعطاء الاستمارات للآخرين لملئها، وهو أمر لا تحتمله طبيعة الدراسة التى تفرض الدقة، وتلعب الملاحظة والاستبصار الذاتى للباحث دوراً كبيراً فى تجميع بياناتها الميدانية. وفوق كل هذا وذاك، نحن بصدد عينة شبه متجانسة فجميعهم من الذكور، وفى المرحلة العمرية المتوسطة، ومؤهل واحد تقريباً هو فى الغالب كلية أصول الدين، وتشرف عليهم وزارة واحدة، وهكذا رأينا أن الوصول إلى مواقع (١٠٠) مفردة على الطبيعة بالمساجد الحكومية قد يكون حجماً مناسباً على ضوء العدد الإجمالى، وهذا التجانس، وإمكانات الباحث الفعلية باعتباره باحثاً فرداً ويجرى دراسة على نفقته الخاصة.

وقد استغرقت المقابلات الميدانية لتغطية الـ(١٠٠) مفردة عدة شهور، شملت الفترة من يونيو ١٩٩٣ وحتى ديسمبر ١٩٩٣، وغطت أربعة مراكز بالمحافظة هى مركز الزقازيق، وههيا، ومنيا القمح، وفاقوس، والقرى التابعة لهذه المدن. ففى إطار مركز الزقازيق امتدت المقابلات بالإضافة إلى المدينة لتشمل قرى بنى عامر، وبنى شبل، وتلحوين، وغزالة الخيس، وكفر أباظة، وكفر عوض الله حجازى، والمسلمية، والعصلوجى وبردين، والمنشية الجديدة وكفر أحمد برهام، وميت ركاب. وفى مركز ههيا شملت المقابلات مدينة ههيا، وقرى: المهدية وكفر حمودة، خلوة دبوس. وفى مركز منيا القمح غطت المقابلات المدينة وقرى ميت سهيل والزرزموت. وفى مركز فاقوس غطت المقابلات المدنية وقريتى الحجاجية وأم عجرم. وفى الواقع لم يأت هذا التحديد للمواقع عشوائياً صرفاً، ولكن فرضته ظروف عدة، يأتى على رأسها سهولة التنقل، ووجود تسهيلات وتعاون بهذه المناطق.

وقد حدث بعد ذلك، أن أتيحت أمام الباحث فرصة الوجود الميدانى بمركز بنى مزار فى محافظة المنيا فى إطار مهمة الإشراف الميدانى على بحث بناء الاتصال فى القرية المصرية الذى كان يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، وكانت مناسبة طيبة لتطبيق استمارة البحث وإجراء بعض الحوارات هناك بغية تلمس أوضاع وأدوار أئمة المساجد بهذه المحافظة، وللتثبت من مدى تباين هذه الأوضاع فى المناطق الجغرافية المختلفة. وقد بلغ عدد المقابلات المقننة

التي أجريت فى نطاق مركز بنى مزار ثمان مقابلات، رأينا ضمها للعينة الإجمالية، وبذلك بلغ إجمالى عدد أفراد عينة البحث (١٠٨) مبحوثين، الغالبية العظمى والأساسية منهم من محافظة الشرقية (١٠٠) مبحوث و(٨) حالات فقط بمحافظة المنيا.

وتوضح البيانات التالية بعض الخصائص العامة لهذه العينة(*).

١- توزيع مفردات عينة البحث حسب السن :

فئات السن	التكرار	٪
أقل من ٢٥	-	-
٢٥ ـ ٣٠	٢٨	٢٥,٩٣
٣٠ ـ ٣٥	٣٤	٣١,٤٨
٣٥ ـ ٤٠	٢٠	١٨,٥٢
٤٠ ـ ٤٥	١٢	١١,١١
٤٥ ـ ٥٠	١٠	٩,٢٦
٥٠ سنة فأكثر	٤	٣,٧٠
إجمالى	١٠٨	١٠٠٪

٢ـ توزيع مفردات عينة البحث حسب الحالة الزواجية

الحالة الزواجية	التكرار	٪
أعزب	٣٣	٣٠,٥٦
متزوج	٧٥	٦٩,٤٤
مطلق	-	-
أرمل	-	-
إجمالى	١٠٨	١٠٠٪

* سوف تخضع هذه البيانات فيما بعد للتحليل.

٣ـ توزيع مفردات عينة البحث حسب المؤهل الدراسى

المؤهـــل	التكـــرار	٪
ليسانس أصول الدين (علوم)	٧١	٦٥,٧٤
ليسانس أصول الدين قسم الدعوة	٢٨	٢٥,٩٣
ليسانس دراسات إسلامية	٩	٨,٣٣
إجمالـــــى	١٠٨	٪١٠٠

٤ـ توزيع مفردات عينة البحث حسب عدد المعالين

عدد الأفراد المعالين	التكـــرار	٪
١	٤	٣,٧١
٢	١٠	٩,٢٦
٣	١٥	١٣,٨٩
٤	١٢	١١,١١
٥	١٤	١٢,٩٦
٦	١٣	١٢,٠٣
٧	١٦	١٤,٨٢
٨ فاكثر	٢٤	٢٢,٢٢
إجمالـــــى	١٠٨	٪١٠٠

مراجع وهوامش المقدمة والفصل الأول

١ـ انظر فى ذلك على سبيل المثال :

- Paul. F. Lazarsfeld and Others, the poples choice, N.Y. Columbia University Press, 1948.
- Katz and Lazarsfeld, Personal influence, Glencoe, Free press, 1955.

٢ـ انظر فى ذلك لمزيد من التفاصيل :

Everett, M. Rogers, Communication Technology, N.Y. Free press, 1986.

٣ـ قمت برصد هذه التوجهات على صفحات الدوريات العلمية المتخصصة خلال فترة وجودى فى الولايات المتحدة الأمريكية فى إطار المهمة العلمية التى كُلفت بها والتى امتدت ستة شهور بقسم الاتصال بجامعة أوهايو كولومبس.

٤ـ نشير بالتحديد هنا إلى دراسات:

- أحمد محمد صالح ، دراسة سوسيومترية للقيادة الريفية المحلية فى قرية الحرفة ـ مركز أبو حمص محافظة البحيرة (رسالة ماجستير) كلية الزراعة جامعة الإسكندرية ١٩٧٧.
- عماد مختار الشافعى ، دراسة تحليلية لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لقادة الرأى المحليين (رسالة ماجستير) كلية الزراعة جامعة القاهرة ١٩٧٣ .
- إيمان الفول ، دراسة تحليلية للقيادات الريفية (رسالة ماجستير) كلية الزراعة جامعة عين شمس ١٩٧٨ .

٥ـ انظر كتيب الشرقية ، محافظة الشرقية سبتمبر ١٩٨٩ صـ١٤٦ .

الفصل الثانى
بناء الاتصال : المفهوم وعلاقات التفاعل

إذا كان العمل الراهن يهتم فى الأساس بدراسة التأثير الشخصى وبالتحديد الوقوف على فاعلية أئمة المساجد كأحد أهم وأبرز قنوات الاتصال الشخصى المنظم فى تدفق المعلومات وتداولها وتحقيق الإقناع المطلوب بين الأفراد على أرض الواقع فإنه يصعب تحديد هذه الفاعلية، وفهم الأداء الاتصالى لهذا النسق بمعزل عن أنساق الاتصال الأخرى القائمة فى المجتمع. ذلك أن جميع أنساق الاتصال المختلفة تعمل فى تكامل أو يفترض أن تعمل فى تكامل وتدخل فى علاقات تفاعلية فيما بينها. لذا فقد تزايد الميل فى إطار التوجهات الجديدة فى بحوث الاتصال لتجاوز الإنهماك فى وصف وتشخيص كل قناة اتصالية على حدة وتحديد تأثيراتها أو أدوارها بمفردها إلى محاولة فهم أبعاد العملية ذاتها، والوقوف على درجة الارتباط المتبادل بين قنوات الاتصال المختلفة، وبالذات الارتباط بين قنوات الاتصال الشخصى فى المجتمع، حيث يشكل الاثنان معاً عصب النظام الإتصالى فى المجتمع والذى يفضى أدنى خلل فى الأداء بينهما إلى تقويض النظام الاتصالى برمته أو إضعاف فاعليته على الأقل على أرض الواقع وعجزه عن تحقيق وظائفه.

والهدف من هذا الفصل، هو محاولة فهم ماهية بناء الاتصال ومكوناته المختلفة، والعلاقة بين هذه المكونات وذلك كمدخل مهم لفهم موقع الاتصال الشخصى بين مكونات بناء الاتصال، وتحديد إسهاماته فى عملية الاتصال فى المجتمع، وبصورة محددة يتضمن هذا الفصل مناقشة العناصر التالية:

١- مفهو بناء الاتصال.

٢- مكونات بناء الاتصال.

٣- العلاقة بين مكونات بناء الاتصال (تفاعل البناء).

أولاً: مفهوم بناء الاتصال:

يتطلب فهم بناء الاتصال، أن نشير بداية إلى ماهية الاتصال، وحتى لا ندخل فى مجادلات مستفيضة، حيث تتعدد التعريفات، وتتباين الرؤى بين

الباحثين حول مفهوم الاتصال بتباين اهتماماتهم وتخصصاتهم المهنية، وباعتبار أن الاتصال مجالاً لاهتمامات علوم إنسانية عدة[1] نبادر إلى القول أن الاتصال الإنسانى الذى نقصده، هو العملية التى تتضمن نقل وتلقى الرموز والمعانى الواضحة فى عقل طرفى الاتصال. ومن خلال هذا الفهم يمكن تحديد طبيعة الاتصال.

فالاتصال عملية، وكل عملية لها مدخلاتها ومخرجاتها. كما أن التغيير سمه متأصلة فى الاتصال فحينما يتصل الأفراد ببعضهم البعض فإنهم يتبادلون التأثير، وفى ذلك، ربما يغيرون اتجاهاتهم نحو قضية أو مشكلة معينة أو شخص ما، أو ربما يضيفون معلومات جديدة للأشياء التى يعرفونها، بمعنى آخر إنهم يتغيرون، وفى الوقت ذاته، فإن استجاباتهم تؤثر على الأشياء التى يرى الفرد قولها أو يشعر بها وهكذا فإن الاتصال عملية حيث يتضمن سلسلة من التغيرات فى أفكار وسلوك المشاركين.

كما أن هذه العملية، لها سمات إنسانية أساسية فهى مستمرة لا تتوقف أو تتجمد عند نقطة معينة، وأنها على درجة عالية من المرونة والديناميكية، وأنهاتدور حول موضوع معين ومع ذلك، لا تحددها ولا تقيدها حدود، اللهم إلا تصورات ومدركات الأطراف المشاركة فى العملية، وأنه متى بدأت هذه العملية، فإنه لا يمكن القيام بها مرة أخرى، أو إعادتها على النحو ذاته لأنه لا يوجد بداية واضحة محددة أو نهاية حاسمة لهذه العملية.

وتبدأ عملية الاتصال، عندما تتشكل فى عقل المصدر فكرة أو معنى ما وتتولد لديه الرغبة فى نقلها إلى طرف آخر، هذه الفكرة أو المعنى تأخذ شكلاً تجريدياً، يصعب نقله إلى العالم الخارجى، وللتغلب على هذه المشكلة، مشكلة نقل الأفكار والمعانى المجردة، يقوم المصدر أو صاحب الفكرة بعملية تكويد (encode) للرسالة، وهى العملية التى تعنى صياغة الفكرة فى كلمات على الرغم من أنه أحياناً ما تعمل التلميحات الشفهية على خدمة هدف المصدر، وعندئذ فإن المصدر ينقل الرمز عبر حديثه أو سلوكه إلى البيئة. وعند هذه النقطة تصبح عملية الاتصال خارج نطاق سيطرة المصدر، إنه أرسل الرسالة، وبينما يستطيع أن يرسل رسائل أكثر فيما بعد، فإنه لا يستطيع التحكم فى الرسالة التى أرسلها.

الرسالة المنقولة بعد ذلك، تمر عبر قناة ما، التى هى أى شئ، يحمل الرسالة

من المصدر إلى المتـلقى. فى موقف الاتصال المواجـهى، فإن القناة تتـمثل فى الصوت والموجـات الحقيقيـة بين طرفى الاتصال التى تحمل الرسـائل المنطوقة. وفى المحادثات التليفـونية فإن القناة تتمثل فى الخط التليفـونى، وعلى المستوى الجمـاهيرى فـإن القناة هى أجهـزة الإرسال والاستـقبـال، وأياً كانت الأداة أو الوسيلة، فإن الرسالة تصل إلى المتلقى، وهى فى هذه الحالة قد تتعرض لبعض التـشويش، على الأقل بفـعل عمليـة تركيـبهـا على القناة. ومن خلال آلـيات الاستقبال تترجم الرسالة أى يتم تحويلها من شكلها الرمزى إلى معنى ما، وهى العملية التى يطـلق عليها فك الكود (decode) للر سالة التى أرسلهـا المصدر مولداً من خلالها المعنى فى عـقله الخاص. وفى الوضع المثالى، فإن هذا المعنى المولد يتطابق مع نفس المعنى الذى يقصده المصدر الذى بدأ العملية، وهو نادراً مـا يحدث بسـبب عـوامل عدةمنـها عـدم إجادة التـكويد، أو فك التكويد أو مشكلات الانتقال.. إلخ. لذلك كـثيراً ماتحمل الرسائل معـانى خاطئة، الأمر الذى يجعل الاتصال الإنسـانى عملية تقريبيـة غير متقنة التى من خـلالها تجرى محاولة توليد معنى واضح، أو مشابه للمعنى الذى يقصده المصدر.

وأياً كـان المعنى المتولـد لدى المتلقى، فإن هذا الأخـيـر، يقوم برد فـعل أو استجـابة للرسالة التى أرسلها المصدر، ويقوم بتكويد هذه الاسـتجابة فى شكل رسـالة وإرسالهـا إلى المصدر بـذات الطريقة التى وصـفناها آنفـاً، وتلعب هذه العملية الأخيرة (رد الفعل) دوراً مهماً فى الحد من درجة التشويش فى الرسائل أو تباين المعـانى بين طرفى الاتصال. وهكذا يصبح الاتصال عـملية دائرية يتم خلالها تدفق الرسائل فى كل اتجاه بطريقة متزامنة وهادفة[٢].

فإذا تجـاوزنا مفهـوم وطبيـعة الاتصال الإنسـانى، إلى كلمة بناء، فـإننا نجد الكلمة تشير إلى كيان ثابت ومستقر نسـبياً يشتمل على مجموعة من الأجزاء أو العناصر التى ترتبط معاً لتشكل فى النهاية مركباً، هذا المركب يقوم على علاقات بين مكوناته المخـتلفـة. ويرى البعـض أن مصطلح بناء يـنطبق على أى ترتيب منظم لكلمات من قبيل: نظم، جماعة، موقف، عملية، وضع اجتماعى[٣]. وعلى ذلك فإن سـمة البناء يمكن أن تطلق على الاتصـال باعتبـار أن الاتصال عملية على النحو الذى أشرنا إليه آنفاً.

ويرى خبـراء الاتصال وباحـثو الانتـشار، أن بناء الاتصال يتكـون فى المقام الأول من عنصرين أساسيين: طرفا الاتصـال وعلاقة أو أكثر بينهما[٤]. وتحدد

العلاقات الاتصالية طبيعة الارتباط بين طرفى الاتصال. وطبيعة تدفق المعلومات فى المجتمع، ولدى هؤلاء الأفراد، فإن علاقات الاتصال تتمثل فى المشاركة فى المعلومات والحوار مع أو تلقى البيانات ومناقشة الأفكار الجديدة. وتتميز العلاقات بعدة سمات منها:

١- عدد الأفراد الداخلين فى العلاقة، فالعلاقة المحددة بطرفين تعد زوجية، وإذا كانوا ثلاثة تعد ثلاثية وهكذا.

٢- درجة قوة أو كثافة هذه العلاقة بين أطراف الاتصال ومعدل تكرارها.

٣- توازى أو تساوى هذه العلاقة، وهو أمر يرتبط باتجاه تدفق العلاقة، فالعلاقة التى تتيح لكل طرف أن يقوم بعملية إرسال واستقبال المعلومات، تصبح علاقة متسقة ومتناغمة. أما إذا صنفت العلاقة على أنها غير متسقة، فإن اتجاه المعلومات يسير فى هذه الحالة فى اتجاه واحد ويكون هناك طرف يعطى وآخر يتلقى.

٤- الانتقالية أو التعدد، فإذا ارتبط شخص بآخر، والشخص الثانى ارتبط بثالث، فإن الأول يصبح مرتبطاً بالثالث عن طريق نفس العلاقة.

وهكذا، فإن علاقات التفاعل الاتصالية، وما تشتمل عليه من عناصر وارتباطات تشكل الموقف الاتصالى أو ما يمكن أن يطلق عليه البناء الإتصالى لهذا الموقف، وهو أمر - وإن كان مفيداً فى دراسة العلاقات الشخصية واتجاه تدفق المعلومات عبر شبكة الاتصال الشخصى وفى الكشف عن قيادات الرأى فى المناطق المختلفة، إلا أنه إتجاه يحصر فهم بناء الإتصال على جانب واحد، وهو هنا عمليات الاتصال الشخصى فى حين يتم تجاهل عمليات بقية المكونات أو الأنظمة الاتصالية الأخرى التى ليس فقط لها تفاعلاتها ودورها فى تدفق المعلومات فى المجتمع، ولكن أيضاً لها تأثيراتها على بناء الاتصال حتى بمعناه المشار إليه، بحيث يصعب فهم الموقف الاتصالى الواحد بدون فهم عمليات المكونات الاتصالية الأخرى على هذا الموقف ذاته.

وأياً كان الأمر، فإننا نعتقد، أن الاقتراب من الفهم الكامل لبناء الاتصال فى النسق الاجتماعى، يقتضى التمييز بين مصطلحات من قبيل الموقف الاتصالى، أو النظام الاتصالى وبين البناء الاتصالى، ولدينا فإن بناء الاتصال أعم وأشمل من الموقف أو النظام الاتصالى، فكل قناة اتصالية صحف، راديو، تليفزيون،

قادة رأى، وكـلاء تغيير. . إلخ يمكن أن تشكـل بمفردها عملية اتصـال ونظاماً اتصالياً يتولى مـهمة جمع أو تلقى المعلومات عبر آليات خـاصة تتفاوت من قناة إلى أخرى، وتقوم عبر سلسلة من التفاعلات المرتبة بترويجها بين أفراد المجتمع بغية تحقيق أهداف معينة تتوقف علـى طبيعتها، والظروف والأوضاع التى تعمل فى إطارها كل قناة. أمـا بناء الاتصال فيشير إلى تلك المكونات الاتصاليـة المختلفة التى يمكن الكشف عنهـا فى تدفق المعلومات بالنسق الاجـتماعـى، ويمثل بناء الاتصال بـذلك مجمل الـتفاعـلات والأنشطة التى تقوم بـها مخـتلف قنوات الاتصال فى ترويج المعلومات فى المجتمع. فعمليات كل قناة تشكل بناءاً اتصالياً فرعيـاً، وحصاد هذه الأبنية الاتصاليـة الفرعية فى النسق الاجـتماعى هى التى يمكن أن نطلق علـيهـا بناء الاتصـال العـام، والذى يعد فـى حد ذاته، أحـد المكونات التى تشكل الـبناء الاجتـماعى، إن لـم يكن أهم وأبرز هذه المكونات باعتباره القوة الرابطة(٥). التى تعمل على تماسك هذا البناء وتسهل وظائفه.

وجدير بـالذكر، أن الدراسـة الراهنة سـوف تسـتـخـدم كـلا المعنيـين لبناء الاتصـال: المعـنى الأول الذى يشـيـر إلـى بناء الموقف الاتصـالـى بين طرفى التفاعل، وذلك عـند دراسة وتحليل الأداء الاتصالى لأئمة المسـاجد، والوقوف على الكفاءة التـأثيرية لهؤلاء الأفراد. والمـعنى الثانى الذى يشير إلى تفـاعلات مخـتلف الأنظمة الاتصـالية فى النسق الاجـتماعى بهـدف التعـرف على درجة التكامل أو الانفـصال بين أئمـة المساجـد كنسق اتصالى فـرعى وبقيـة الأنساق الاتصالية الأخرى.

ومن المفيد على ضوء ما تقدم أن نشير إلى مجموعة من الخصائص التى تميز فهمنا لبناء الاتصال العام فى المجتمع وهى:

١- أن بناء الاتصـال الإنسانى يتكون من مـجموعـة من القنوات الاتصـالية التى تقوم بدورها فى تدفق الاتصال وتداوله عبر النسق الاجتاعى.

٢- أن هذا البناء، وإن كان يـصعب من الناحيـة العمليـة تحديده، وبالذات عند مستـوى الاتصال الشخصى الطبـيعى أو غير المنظم حـيث يرتبط الأمر هنا بالسلوك الإنسانى المجرد عـبر الزمن أكثر من الأشياء المادية الملمـوسة، كما هو الحال مثلاً فى قناة التليـفزيون أو وكيل التغييـر، إلا أنه يمكن الاستدلال عليه

من خلال مراقبة عملية تبادل الأفراد للمعلومات فى المجتمع[٦]. ومن خلال ملاحظة السلوك الاتصالى للناس عبر الزمن أو متابعة نتائج الحملات الإعلامية المخططة التى تستخدم فيها مختلف قنوات الاتصال المتاحة فى البيئة المعنية.

٣- يتمير بناء الاتصال بالتغيير، وذلك من خلال إضافة أو حذف العناصر أو العلاقات، أو من خلال إعادة ترتيب المكونات، وينطبق الشئ ذاته بالنسبة لبناء النشاطات حيث يمكن أن يتم ذلك من خلال التنظيم أو إعادة التنظيم، وتساعد خاصية التطور السريع فى تكنولوچيا الاتصال على تدعيم سمة التغيير هذه فى بناء الاتصال، فبإستمرار تدخل أشكال اتصالية جديدة وتخرج أو تضعف فاعلية أشكال أخرى فى البيئة الاجتماعية، وهكذا.

٤- يتميز بناء الاتصال الإنسانى بالتمفصل، وهى عملية تحديد الأجزاء المكونة للبناء. هذه المكونات تمثل الأدوار الخمسة الرئيسية التى يمكن للبناء تحقيقها وهى[٧]:

وظيفة التنظيم التى توجد البناء، ووظيفة الربط التي تجمع أنساق الإتصال المختلفة معاً، ووظيفة التمركز حيث يتجمع العدد الأكبر من أنساق الاتصال، ووظيفة العزل حيث توجد أنساق اتصال قليلة نسبياً ، وأخيرًا وظيفة الإحتكاك أو التخوم التي تربط البناء الإتصالي بالبيئة الاجتماعية.

٥- يتسم بناء الاتصال الإنسانى بالتعقيد والتداخل لدرجة أن الأفراد فى المجتمع عادة لا يفهمون بناء الاتصال الذين هم جزء منه، ويعود ذلك إلى وجود العديد من خطوط الاتصال المتاحة فى النسق الاجتماعى. ويؤدى ذلك إلى إرباك الباحث الذى يسعى للكشف عن بناء الإتصال وفاعلية القنوات الاتصالية المختلفة فى نقل المعلومات وترويجها فى المجتمع المعنى.

فعلى مستوى الاتصال الشخصى، تتعدد خطوط الاتصال التى يمكن أن تنقل المعلومات للفرد، ويرى روجرز أن المجتمع الذى يتكون من (١٠٠) فرد فإنه يوجد احتمال لوجود (٤٩٥٠) من خطوط الاتصال الممكنة الوقوع وذلك طبقاً لمعادلة : $\frac{N(N-1)}{2}$ حيث أن (N) هى عدد الأفراد فى المجتمع[٨].

وعلى مستوى الاتصال الجماهيري، توجد العديد من القنوات التى يمكن أن تحيط بالفرد فى آن واحد، والقناة الواحدة ذاتها، يمكن أن تتألف من عدة قنوات أو محطات أو صفحات كما هو الحال فى الراديو والتليفزيون والصحف

وغيرها. كذلك، فإن عمليات هذه القنوات قد تتداخل مع بعضها البعض من ناحية وبينها وبين خطوط الاتصال الشخصى من ناحية أخرى. حيث قد يناقش المضمون التليفزيونى ويتداول عبر شبكات الاتصال الشخصى أو قد تعكس قنوات الاتصال الجماهيرى ما يروج عبر قنوات الاتصال الشخصى من أفكار أو معلومات وهكذا[٩].

٦- يخضع بناء الاتصال عادة للضبط والسيطرة، وهو بالغ الحساسية لممارسات الصفوة وذوى القوة والنفوذ فى المجتمع[١٠]. ولا يقتصر هذا الأمر على القنوات الجماهيرية التى تخضع عادة للاحتكار أو الاستحواذ من جانب الصفوة القادرة على الإنفاق على عملياتها، ولكن أيضاً القنوات الشخصية حيث تلعب هنا السلطة والنفوذ، وكذا التقاليد والأعراف والمعايير الثقافية دورها فى توجيه وضبط عمليات هذه القنوات. ومن هنا يعد مدخل توزيع القوة، أحد المداخل المهمة والملاءمة لدراسة وفهم بناء الاتصال القائم والكشف عن طبيعة واتجاهات تدفق المعلومات عبر هذا البناء فى البيئة الاجتماعية.

ثانياً: مكونات بناء الاتصال:

يتشكل بناء الاتصال العام فى المجتمع من مجموعة من العناصر أو المكونات التى يطلق عليها عادة خبراء الاتصال قنوات أو شبكات الاتصال، وكل قناة أو شبكة اتصالية تتولى مهمة جمع أو تلقَى المعلومات، وعبر سلسلة من التفاعلات بين عناصرها المختلفة تقوم بضخ هذه المعلومات وترويجها فى المجتمع. بعبارة أخرى يتكون بناء الاتصال من تلك القنوات الاتصالية المتميزة التى تساهم فى تدفق الاتصال فى البيئة الاجتماعية، هذه القنوات تتباين كمياً وكيفياً بتباين الأنظمة الاجتماعية المختلفة، وعلى ضوء الواقع الحضارى لكل منها، فيضيق أو يتسع عددها فى كل مجتمع، بل وبين المناطق الجغرافية المختلفة داخل المجتمع الواحد تبعاً للظروف والأوضاع السائدة فى كل منطقة ويتخذ بعض الباحثين من مؤشر حجم وجود هذه القنوات فى المجتمع معياراً للوقوف على درجة تقدم أو عصرية هذا المجتمع[١١].

ويهتم باحثو الاتصال ومخططو الحملات الإعلامية وخبراء الانتشار، بالكشف عن قنوات الاتصال وتميزها والتعرف على فاعلية كل منها فى مجال ترويج المعلومات وتحقيق الأهداف أو الإشباعات الاتصالية المختلفة. وتتباين

مداخلهم فى تصنيف قنوات الاتصال المختلفة بتباين المعيار المستخدم فى هذا التصنيف، وعلى ضوء مجال الإهتمام الذى يركز عليه كل منهم تبعاً لتخصصاتهم المختلفة. فهناك معيار التنظيم، حيث تقسم قنوات الاتصال تبعاً لهذا المعيار إلى قنوات الاتصال المنظم وقنوات الاتصال غير المنظم، ويقصد بقنوات الاتصال المنظمة كل تلك القنوات التى تؤسس وتقام بهدف نقل وترويج المعلومات بين الناس. وهنا تندرج قنوات: الصحف، والراديو، والتليفزيون، والسينما، ومكاتب تنظيم الأسرة وأجهزة الإرشاد الزراعى، والمؤسسات الدينية، تحت نمط الاتصال المنظم أو الرسمى. أما قنوات الاتصال غير المنظم فتشير إلى الانتقال التلقائى للأفكار والمعلومات مثلما هو الحال فى انتقال الأخبار والشائعات والثرثرات بين الناس فى تفاعلاتهم اليومية الروتينية(١٢). وهناك معيار حجم الاتصال، وعلى ضوء هذا المعيار، يتم تقسيم قنوات الإتصال إلى الإتصال الشخصى الذى يتسم بمحدودية حجم العلاقة الاتصالية، والاتصال الجماهيرى الذى يتجه إلى جماهير غفيرة ومنتشرة على نطاق واسع. وهناك معيار الأداة أو الوسيط المستخدم، حيث عادة ما يميز الباحثون باستخدام هذا المعيار بين الاتصال الشخصى الذى قد لا يتطلب استخدام أدوات أو فن تكنولوجى فى نقل المعلومات، وبين قنوات الاتصال التى تعتمد على وسائط تكنولوجية تتفاوت من حيث البساطة والتعقيد.

وقد يستخدم البعض معياراً مركباً يجمع بين أكثر من عنصرين: حجم الاتصال مثلاً وأداة الاتصال، ووفقاً لهذا المعيار فإن هناك الاتصال الذاتى، والاتصال الشخصى، والاتصال الجمعى، والاتصال الجماهيرى، وهكذا. . وقد اعتمد شرام على معيار الفاعلية للتمييز بين قنوات الاتصال المختلفة، وتحديداً قنوات الاتصال الشخصى والجماهيرى. وعلى ضوء فاعلية كل منها فى نقل المعلومات. وأشار هنا إلى ستة أبعاد أساسية هى:

١- الحواس التى تتأثر. فالاتصال المواجهى أو الشخصى يتيح استخدام الحواس الإنسانية بكثافة، الأمر الذى يجعله أكثر فاعلية وتأثيراً، فى حين أن الوسائل الجماهيرة تستخدم بصورة أو أخرى بعض هذه الحواس. فالصحف تستخدم البصر فى حين أن التليفزيون والسينما والفيديو يستخدم الحواس السمعية والبصرية ويعتمد الراديو وشرائط التسجيل كقنوات اتصال على الحاسة السمعية فقط.

٢- فرصة التغذية المرتدة، فقنوات الاتصال الشخصى تتيح فرصة تبادل المعلومات فى اتجاهين بصورة عالية فى حين تتضاءل فرص التغذية العكسية أو المرتدة عبر قنوات الاتصال الجماهيرى سواء من حيث الحجم أو السرعة. ويعد توفير ميزة التغذية المرتدة بكفاءة عالية، عاملاً مهماً لضمان الاتصال المؤثر أو الفعال. فمن خلال هذه العملية يحصل المتلقون على تفسير للمعلومات أو توضيحها، الأمر الذى يتيح لهم التغلب على معوقات التعرض الاتصالى.

٣- مدى تحكم المتلقى، فقنوات الاتصال الشخصى تتيح قدرة أكبر للفرد المتلقى على التحكم فى التعرض للمضمون الاتصالى، وفى المطبوعات توجد هذه القدرة نسبياً، حيث يمكن للمتلقى أن يقرأ ما يعن له وفى التوقيت المناسب، وإعادة القراءة للمواد المهمة أو التفصيلية. وتنحصر هذه القدرة فى حالة القنوات الإذاعية المباشرة، ما لم يقم الفرد بتسجيل البرامج على شرائط. وقد أوضح شرام، أنه كلما زادت سيطرة المتلقى على القناة زادت إمكانية التحكم والارتباط أكثر بالوسيلة، وقد صممت تكنولوچيا الاتصال الجديدة مثل أجهزة الدسك وشرائط الفيديو وغيرها لتعظيم قدرة المتلقى على التحكم والارتباط حيث تتيح للمتلقين إمكانية استعادة المضامين التى يرغبون فيها.

٤- شكل إعداد الرسالة: التفاعل المواجهى يسمح باستخدام الرسائل غير الشفاهية (أو غير المنطوقة) وتقل هذه الميزة عبر قنوات التليفزيون والسينما والفيديو، وهى ضئيلة للغاية فى حالة القنوات المطبوعة وبالتالى تعد القنوات السمعية والمرئية نموذجية فى نقل المعلومات الواقعية فى حين تبدو المطبوعات أفضل كثيراً فى نقل الأفكار المجردة.

٥- القوة المضاعفة: فقنوات الاتصال الجماهيرى يمكن بكفاءة وبسرعة الوصول من خلالها إلى الجماهير الغفيرة والمنتشرة فى حين أن قنوات الاتصال الشخصى لا تستطيع الوصول إلى مثل هذه الجماهير إلا من خلال مجهود كبير وعبر فترة ممتدة أو طويلة نسبياً.

٦- حفظ الرسائل، تتميز قنوات الاتصال الجماهيرى بعامة بغياب القدرة على التسجيل الدائم للتفاعل المواجهى. وقد اقتصرت القدرة على حفظ الرسائل تقليدياً على المطبوعات، ولكن مع ظهور شرائط الفيديو والتسجيل والدسك، أصبحت هذه المقدرة تمتد للقنوات الأليكترونية، بل وأتاحت أيضاً حفظ الرسائل عبر قنوات الاتصال الشخصى.

وأياً كانت المعايير المختلفة المستخدمة فى تصنيف قنوات الاتصال والتى يرمى معظمها - كما هو واضح - التميز بين القدرات التأثيرية لقنوات الاتصال المختلفة أكثر من تحديدها أو اكتشافها، فإننا نعتقد أنه يمكن أن نعتمد على معيار يقوم على الكثافة الاتصالية والتنظيم. ففى المجال الإعلامى وحيث يهتم التخصص فى المقام الأول بعمليتى الانتشار والإقناع فإن الكثافة الاتصالية، أو درجة الاعتمادية والتنظيم، تعد عوامل فاعلة فى الكشف عن عناصر بناء الاتصال سواء على المستوى الفرعى، أى الكشف عن القناة ذاتها. أو على المستوى العام الذى يشمل مختلف القنوات التى تلعب دورها فى تدفق الاتصال.

فعلى مستوى التفاعلات اليومية بين الأفراد فى البيئة الاجتماعية ينصرف اهتمام الباحث الإعلامى على مراقبة عدد خطوط الارتباط التى يحوزها الفرد فى البيئة الاجتماعية، وكلما تزايد عدد هذه الخطوط مثل الفرد موقعاً مهماً فى هذه التفاعلات، وشكل بالتالى محوراً لشبكة أو قنطرة يتم من خلالها تدفق المعلومات أو تسهيل تدفقها أو توجيهها، ويطلق البعض على هؤلاء الأفراد أحياناً قادة الرأى أو ذوى النفوذ فى المنطقة وإدخال عنصر التنظيم هنا مفيد للتميز بين قادة الرأى أو ذوى السلطة والنفوذ الرسميين كما هو الحال فى المرشد الزراعى أو طبيب الوحدة الصحية أو وكيل التغيير بصفة عامة، الذى يستهدف نشر المعلومات وترويجها فى البيئة وبين قادة الرأى الطبيعيين الذين يمارسون قدراً معيناً من التأثير فى تدفق المعلومات بصورة غير رسمية ومكررة نسبياً.

وعلى المستوى العام ينصرف الاهتمام طبقاً لمعيار الكثافة والتنظيم للكشف عن تلك القنوات المختلفة وعلى ضوء كثافة أعتماد الأفراد على أى منها فى الحصول على المعلومات الضرورية وهنا قد يحدد قنوات الاتصال الشخصى بنوعيها المشار إليهما آنفاً وقنوات الاتصال الجمعى، كما قد تتمثل فى الندوات والمؤتمرات والمحاضرات ودروس الوعظ والإرشاد وقنوات الاتصال الجماهيرى المنظمة (الفيديو - شرائط التسجيل، النشرات السرية، . . إلخ) وتساعد الكثافة أو درجة الاعتمادية والتنظيم هنا على سرعة اكتشاف الباحث للقناة، وعلى تحديد ترتيب فاعليتها وعلاقتها بالقنوات الأخرى.

وأياً كان المعيار المستخدم فى تحديد قنوات الاتصال فإنه يمكن تقسيم هذه القنوات فى المجتمع المعاصر إلى ثلاثة مكونات رئيسية تشكل بناء الاتصال، وهى قنوات الاتصال الشخصى، وقنوات الاتصال الجماهيرى، وقنوات الاتصال التفاعلى عن بعد[١٣]. ويمكن أن نعرض للملامح المميزة لكل منها على النحو التالى :

١- قنوات الاتصال الشخصى :

الاتصال الشخصى هو اتصال حوارى يتم بين فردين أو أكثر بصورة مباشرة ودون وسيط، وعادة ما يصنف الباحثون هذه القنوات إلى قنوات الاتصال الشخصى الرسمى أو المنظم، وقنوات الاتصال غير الرسمى أو الطبيعى، وعلى أساس أن قنوات الاتصال الشخصى الطبيعى أكثر فاعلية وتأثيراً فى الإقناع بالمقارنة بقنوات الاتصال الرسمى. على الرغم من عدم وجود بيانات واقعية تؤيد مثل هذا الحكم إذ قد يكون العكس صحيحاً أيضاً إذا ما تهيأ للنوع الأخير شروط التفاعل الملائمة.

ومع أن محك التنظيم، كما أشرنا من قبل، يعد مفيداً لتعيين واكتشاف قنوات الاتصال الشخصى فى البيئة الاجتماعية، إلا أنه ومن منظور الفاعلية أيضاً، يوجد معيار آخر للتمييز بين قنوات الاتصال الشخصى المختلفة، هو معيار درجة التجانس، ويقصد بالتجانس مدى التماثل بين طرفى العلاقة الاتصالية. وعلى ضوء هذا المعيار، يوجد **الاتصال الشخصى المتجانس** وهو الذى يقع بين شخصين متماثلين اجتماعياً وثقافياً هذا التماثل يساعد فى تحقيق التفاعل الكامل والفهم المشترك بينهما الذى يميز الاتصال الشخصى[١٤]. **والاتصال الشخصى غير المتجانس** وهو الذى يقع بين شخصين يتسع نطاق الفجوة الاجتماعية والثقافية بينهما وهو أمر له انعكاساته السلبية على التفاعل وتحقيق الفهم المشترك، وهى جوانب سوف نناقشها فيما بعد.

على أن ما يهمنا هنا، وإذا ما تجاوزنا الاتصال الشخصى غير المتجانس إلى الحالة المثلى التى يصبح فيها طرفا العلاقة متجانسين، فإننا نجد أن هذا اللون من الاتصال يلبى احتياجات اتصالية عدة هى: المتعة، التسلية، الإثارة، التوحد، الاتصال الاجتماعى، الهروب، الاسترخاء والسيطرة، وإنه يتميز بكثافة استخدام الحواس الإنسانية خلال عملية التفاعل حيث قد يستخدم

النظر، والصوت، والحركة العضلية، الابتسامة، والتذوق، وتلامس المشاعر فى الفعل الاتصالى مما يساعد على تدعيم التفاعل وتركيز الانتباه خلال عملية الاتصال. وهو هنا يتفوق على جميع أشكال الاتصال الأخرى فى هذا المجال، سواء من حيث سرعة التغذية، أو درجة كفايتها واكتمالها، أو الوقت المطلوب لإتمام هذه التغذية، وقد أشرنا من قبل، أن التغذية المرتدة تعد عنصراً حاكماً فى دعم فاعلية الاتصال لأنها تتيح تقريب المعنى المتولد لدى كل من طرفى التفاعل نتيجة تبادل الرسائل ومعالجة مشكلات الاتصال وبالذات تلك الخاصة بالعمليات الانتقائية(١٥).

كما تتميز قنوات الاتصال الشخصى المتجانس بالقدرة العالية على تحقيق التفاعل الكامل بين طرفى العلاقة الاتصالية، ويتمثل ذلك فى جوانب عدة منها القدرة العالية على تبادل الأدوار (مصدر - متلقى) ووحدة أدوار المصدر وإنتاج العلاقة الاتصالية، والاعتماد المشترك على التقمص الوجدانى، والرموز الشفاهية، وفضلاً عن ذلك، يتيح هذا اللون من الاتصال قدرة أكبر على المبادرة بالفعل الاتصالى أو وقفه وإنهائه، ومرونة شديدة على انتقاء الموضوعات المثارة أو تغييرها، وتعددها، وتحقيق القرب الشخصى لهذه الموضوعات والفهم الذاتى لها وبالذات تلك المرتبطة بالأمور المحلية والاحتياجات المباشرة للأفراد، وهى بذلك تلبى بكفاءة العديد من الأهداف الشخصية من قبيل المشاركة فى الخبرة والتأثير والانتماء.. إلخ.

وفى المقابل، فإن قنوات الاتصال الشخصى، تتسم بالتعدد والتشتت واللامركزية(١٦). وذلك باستثناء الحالات التى تحاول فيها الصفوة السياسية أو السلطات الحكومية، التدخل بفرض محظورات معينة أو تقييد الحوارات، وهو أمر يعقد من إمكانات استخدام وتوظيف هذه القنوات لخدمة الحملات الإعلامية المختلفة، ويتطلب استخدامها نفقات مادية عالية، ووقتاً أطول، كما أن قدرة هذه القنوات على إثارة وترويج الموضوعات والأفكار ذات الطابع القومى أو العالمى تعد محدودة بالمقارنة بقنوات الاتصال الأخرى، وبالذات الجماهيرية، وحيث تعد القنوات الأخيرة بمثابة المصدر الذى يغذى قنوات الإتصال الشخصي بمثل هذه الموضوعات. كذلك تنحسر قدرات هذه القنوات عن تحقيق العديد من الأهداف المجتمعية، وبالذات ما يتعلق بتحقيق التكامل والضبط والتكيف مع التغيرات الحادثة، والإجماع العام وتنسيق الأدوار، وفك

الغموض بالنسق الاجتماعى العام، وذلك بفعل سمة التعدد والتشتت وغياب المركزية وصعوبة التوظيف العام المشار إليها.

٢- قنوات الاتصال الجماهيرى:

قنوات الاتصال الجماهيرى هى تلك القنوات التى تتيح لفرد أو مجموعة قليلة من الأفراد (القائمون بالاتصال) بنقل رسائل إلى جمهور يتسم بالتعدد وعدم التجانس. مثل الصحف والسينما والراديو والتليفزيون.. إلخ. وتشكل هذه القنوات بذلك الأعمدة الرئيسية لبناء الاتصال العام. وفى مقابل صعوبة تحديد واكتشاف قنوات الاتصال الشخصى فى الواقع الفعلى، فإنه يمكن بسهولة التعرف على قنوات الاتصال الجماهيرى فى البيئة الاجتماعية، وذلك من خلال الوقوف على معدلات حيازة وتعرض الأفراد لهذه الأجهزة وكذا مؤسسات الاتصال الموجودة فى البيئة. وقد جذبت هذه القنوات جل اهتمام الباحثين فى مجال الاتصال بالنظر إلى السرعة الكبيرة فى معدلات تغلغل وانتشار هذه القنوات فى المجتمعات المختلفة وداخل قطاعات المجتمع الواحد فى الحقب الأخيرة، ومع ذلك، فقد ظلت نتائج البحوث عاجزة حتى الآن عن الوصول إلى صياغات كاملة وواضحة حول فعاليات هذه القنوات على أرض الواقع، وظلت الآراء والمواقف حتى الآن تتفاوت بين التهويل الشديد فى تأثيرات هذه القنوات فى البيئة الاجتماعية أو التهوين الشديد من هذه التأثيرات، أو الربط بين فعاليات هذه القنوات والعديد من المتغيرات الوسيطة التى تعوق أو تسهل تأثيراتها فى الواقع الفعلى.

وتنفرد كل قناة اتصالية جماهيرية بمجموعة من السمات التى تميزها عن غيرها من القنوات الأخرى. فالصحف مثلاً تتميز بالقدرة على التعامل مع الأفكار المجردة، وتقديم حزمة من المضامين المتنوعة أو المسهبة وتوفير عنصر المشاركة الإيجابية بين المتلقى والمادة الاتصالية لما تتطلبه عملية القراءة من مجهود ونشاط من جانب الفرد، فى حين أن الراديو، يتميز بالمرونة وسهولة الاستخدام الفورى، والخيال والمشاركة فى عملية الاتصال دون تفرغ. ويتميز التليفزيون بالواقعية والاقتراب الشخصى والفورية والجاذبية والوصول إلى الجماهير المتباينة، وهكذا تتمتع كل وسيلة جماهيرية بمجموعة من المميزات الاتصالية التى قد تختلف أو تتباين مع الوسائل الأخرى، الأمر الذى أتاح إمكانية تعايش هذه القنوات جنباً إلى جنب دون أن تلغى إحداها الأخرى، وإن كانت كثافة

وجودها الراهن قد ألقت بالمزيد من التعقيدات حول السلوك الاتصالى للأفراد مع هذه القنوات وآليات التعرض لمضامينها المختلفة.

وقد شهدت الحقب الأخيرة، تطورات هائلة فى مجال قنوات الاتصال الجماهيرى، وبالذات فى مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية والأقمار الصناعية، وتزايدت حدة المناقشة بين الدول المختلفة فى مجال تطوير أجهزة الاتصال إرسالاً واستقبالاً، وشملت هذه المنافسة أجهزة الراديو وأجهزة الاستقبال التليفزيونى، وكاميرات التصوير وأجهزة الفيديو، الهوائية وكابلات البث التليفزيونى وأجهزة التقاط المعلومات والإرسال الإذاعى والأقمار الصناعية كوسيلة لتبادل الإرسال والبث المباشر بين المناطق الجغرافية المختلفة، ويلاحظ المراقب لهذه التطورات والمخترعات الحديثة أنها تسير فى اتجاه اختصار المسافة والزمن إلى أقصى حد، ودعم قدرة الفرد على الاختيار والتحكم الكبير فى استخدام هذه القنوات والتفاعل الإيجابى معها عوضاً عن السلبية التى كانت تميز استخدام الجمهور من قبل لمثل هذه القنوات. فالأقمار الصناعية مثلاً، وتعدد قنوات البث التليفزيونى، والمستقبلات الهوائية الحديثة وأجهزة الرموت كونترول تتيح للفرد وهو جالس من مكانه ودون أدنى مجهود، البحث والمفاضلة بين محطات تليفزيونية عديدة، وهو أمر يفرض على باحثى الاتصال إعادة التفكير فى النظرة التقليدية الرائجة عن مشاهد التليفزيون باعتباره مشاهداً سلبياً عليه التلقى، أو النظر إلى التليفزيون باعتباره شكلاً ثابتاً ونظاماً موحداً ينقل الرسائل إلى كل شخص.

كما تفرض الإيجابية والمشاركة التى تتيحها تكنولوجيا الاتصال الجديدة على باحثى الاتصال عدم تركيز جل الاهتمام على بحث تأثيرات قنوات الاتصال الجماهيرى فى الوقت الراهن والاهتمام عوضاً عن ذلك على بحث الطرق والأشكال التى يستخدم فيها الجمهور قنوات الاتصال الجماهيرى، وما يمكن أن تحققه هذه القنوات من إشباعات لهذا الجمهور(١٧). بيد أن النقطة المحورية فى هذا المجال وتتصل ببناء الاتصال فى المجتمعات المعاصرة، هى أن التطورات التكنولوجية السريعة فى مجال الاتصال، والتكلفة العالية لها وما تتطلبه من نفقات ومهارات اتصالية معينة، قد أفضت إلى تعميق فجوة المعلومات فى المجتمعات(١٨). وهى الفجوة الناجمة عن تدنى قدرات بعض الأفراد فى المجتمع على حيازة واستخدام هذه القنوات، وبالتالى حرمانهم من التعرض

المباشر لمضمونها، فى مقابل كثافة حيازة البعض الآخر لها بفعل ما يتوافر لديهم من إمكانيات مادية وفنية.

وأياً كان الأمـر، وعلى ضوء التطورات الجـديدة فى مجـال قنوات الاتصال الجماهـيرى، فإننا نميل إلى التمـييز عند بحث بناء الاتصـال بين نوعين من هذه القـنوات[١٩]. **القنوات الكبـيرة**، وهى تلك القـنوات المسـتـخـدمـة فى نقل المعلومـات وتداولهـا على نطاق جـماهيـرى واسع، ويقف خلفـهـا تنظيمـات مـؤسسـيـة تمولها وتـديرها وتوجه مـضـاميـنها، ومنهـا الصـحف، والراديو، والتليفزيون، والسينما .. إلخ **والقنوات الصغيرة**: وتعنى تلك القنوات التى تروج للمعلومات على نطاق واسع، ولا يتطلب اسـتخدامها تنظيمات مـؤسسية كبـيرة تديرها وتوجـهها مـثلما هو الحـال فى النوع الأول، ولكنها تعـمل عادة بمبادرة فـردية ومنها على سـبيل المثال لا الحـصر، شرائط التـسجـيل، مكبرات الصـوت، المطرب الشعـبى، الفيـديوكاسـيت، الملصقـات، صحف الحـائط، النشرات .. إلخ.

وتكمن أهمية التـمييز بين كلا النوعين من الاتصال الجـماهيرى لدارس بناء الاتصال، فى أن قنوات الاتصال الجماهيرى الصغيرة قد تميل فى بعض الأحيان والظروف للتمفصل أكثر مع قنوات الاتصال الشخصى، والانفصال عن قنوات الاتصال الجماهيرى الكبيرة والتى تشكل فى الأساس نظام الاتصال المركزى فى المجتـمع. والعمل على ترويج مـعلومات تتناقض كثـيراً مع تلك التى تحـملها القنوات المركزية، وذلك على النحـو الذى يحدث أحياناً فى بعض المجتـمعات حيث تـنتشر شـرائط التسجيل والفـيديو والنشـرات السرية التى تحـمل أفكاراً ومعلومات لقوى معينة، قد تتناقض مع ما يروج عـبر أجهزة الإعلام الرسمية. بعبارة أخرى، قد تشكل قنوات الاتصال الجماهيرى الصغيرة جنباً إلى جنب مع قنوات الاتصال الشخصى نظامـاً اتصالياً ذاتياً فى البيئـات المحلية بعيداً عن نظام الاتصال المركزى الذى يخضع عادة للاحتكار وتوجيهات ذوى القوة والنفوذ فى المجتمع، الأمر الذى يضعف بناء الاتصال العام ويجعله عاجز عن تحقيق أهدافه أو وظائفه المجتمعية بالكفاءة المطلوبة.

وبصـرف النظر عن التـمـيـز بـين قنوات الاتصال الجـمـاهيرى، فـإن هذه القنوات، مثلمـا هو الحال فى قنوات الاتصال الـشخصى تتمـيز بمجمـوعة من

السمات العامة من المفيد الوقوف عليها وتحديدها لأغراض التكامل وتفاعل البناء التى سنناقشها فيما بعد، فالاتصال الجماهيرى لديه أولاً قدرة عالية على تغطية مساحة جغرافية شاسعة وفى التو واللحظة وبالذات عبر شبكات الراديو والتليفزيون، وهو بذلك أداة لتحقيق ما يطلق عليه البعض أحياناً السيادة الإعلامية على مناطق المجتمع المختلفة[٢٠]. كما تتسم القنوات الجماهيرية بالمركزية، وبالتالى يسهل إدارتها وتوجيهها، والتخطيط لها بالمقارنة بقنوات الاتصال الشخصى ولديها إمكانياتها وتنظيماتها التى تساعدها على إثارة وترويج الموضوعات والقضايا القومية والعالمية، وهى بذلك تعد أداة لإدماج الفرد فى مجتمعه القومى، بل والعالمى الذى يعيش فيه، وعلى أساس أن ما هو قومى وعالمى، لم يعد يقل أهمية عما هو محلى ومباشر بالنسبة للفرد فى المجتمع المعاصر، كذلك، فإن دورها فى توجيه الفعل وتركيز الاهتمام حول موضوعات معينة تعد عالية (افتراض وضع البرنامج).

وفضلاً عن ذلك، فإن لهذه القنوات فعاليات أكبر بالمقارنة ببقية مكونات بناء الاتصال، على تحقيق التكامل والإجماع العام والضبط الاجتماعى وتكييف الأفراد مع التغيرات الحادثة فى البيئة ومعالجة الصراع والمحافظة على الاستقرار فى المجتمع، وفك الغموض، وذلك بالنظر إلى الطابع القومى لها بالمعنى الجغرافى ولغة الخطاب العام التى تميز رسائلها. وفى المقابل، فإن فرص التغذية المرتدة بقنوات الاتصال الجماهيرى، تعد محدودة أو نادرة سواء بمعيار سرعة الحصول عليها أو درجة الاكتمال فيها، كما أن وحدة أدوار المرسل وتبادل الأدوار بين طرفى التفاعل تعد منعدمة تقريباً، كذلك تنعدم فرص المبادرة بالفعل الاتصالى أو إنهاء هذا الفعل أو القدرة على تغيير الموضوع بالمقارنة بالاتصال الشخصى، وقد أفضت كل هذه الملامح التى تميز قنوات الاتصال الجماهيرى إلى رسوخ الانطباع لدى بعض خبراء الانتشار بأن هذه القنوات تعد فعالة للغاية فى مرحلتى الإدراك والمعرفة بالموضوعات الجديدة، وتتضاءل قدراتها فى مراحل الإقناع والتبنى[٢١]. حيث يلعب الاتصال الشخصى دوره الفعال فى هذه المراحل الأخيرة من مراحل اتخاذ القرار. وهو أمر سنناقش مدى دقته فيما بعد.

٣- قنوات الاتصال التفاعلى عن بعد :

المكون الثالث من مكـونات بناء الاتصال فى المجتـمع المعاصر، يتـمثل فى تلك الأجهزة التى راجت مؤخراً وتساهم بدور فى تدفق وترويج المعلومات فى المجتـمع، ومن أمثلة هذه الأجهـزة التليفون والتلغـراف، والخطابات، والبريد الأليكتـرونى، والفـاكـس، والتليكس والفـيـديوتكس، والمـناظرات عن بعـد وغيرها[٢٢]. وعلى الرغم من أن معظم هذه الأجهـزة، وبالذات الأخيرة مـنها لاتزال صيـغة وليدة للاتصـال، وأنها لم تتحول بعـد بصورة كاملة إلى كـيانات اتصال مـسـتـقرة، إلا أنه يمكن تلمس العـديد من الملامح العامـة المميـزة لهذه الأشكال الاتصالية.

فبداية، تتميز هذه الوسائل بصفـة التفاعلية أو الحوار المتعاقب وهى هنا تقع بين صـيـغـة الاتصـال الشـخصى والاتصـال الجـماهيـرى من زاوية الإمكانيـة التفاعلية. فمع أن اعتمادها على الحواس والمشاعر الإنسانية تعد محدودة جدًا، ويختفى فـيها عنصر المواجهة المبـاشرة كما هو الحال فى الاتصال الجـماهيرى، فإنهـا فى المقابل لديها إمكانيـة عالية على تحقـيق القرب الشخـصى ، وتعاقب أدوار القائم بالإتصـال وبدء الفعل الإتصالى وإنهائه تمامـاً مثل صيغـة الإتصال الشخصى.

كما يتسم رد الفعل فى الإتصال التفـاعلى عن بعد ، بالمحدودية النسبية. إذا ما قـورن بالإتصال المواجهى ، حيث تنـعدم فرص تزامن الإتصال الشـخصى، وحيث يستغرق القائم بالإتصال التفاعلى عن بعد فى نوع من الحوار المتعاقب . ومع ذلك ، فإن السـرعة فى تحـقيق هذه التـغذية المرتدة تعد عـالية ، كـما أن درجة الإكتـمال فيها تعـد أفضل كثيرا مـن صيغة الاتصال الجـماهيرى. ولدى صيغة الاتصـال التفاعلى عن بعد القدرة العـالية على تغطية مساحات جـغرافية شاسـعة، وكذا القـدرة النسبية علـى تغيير الموضـوع، كما تتـيح إمكانية كبـيرة للرقابة والسـيطرة خلال الفعـل الاتصالى ، كمـثل تلك التى توجد فى صيـغة الاتصـال الشخـصى، ومع ذلك ، فـإن الاختـلاف الرئيـسى هنا يكمن فى أن صيـغة الاتصال التـفاعلى عن بعد، تعـد أقل نسبيـا فى إمكانية تحقـيق الضبط المتساوى للسلوك الاتصالى للآخرين بفعل الطبيعة الحوارية المتعاقبة أو المجهولية أو البعـد البيـولوجى الناجم عن البعـد الجغرافى . بعـبارة أخـرى، فإن طرفى

الإتصال التفاعلى عن بعد، يظل لديهما عدم القدرة على ضبط مخرجات العلاقة الاتصالية أو نتائجها لعدم توافر شروط المحادثة المباشرة [٢٣] لذلك، فإن الاتصال يبدأ وينتهى بصورة أكثر سهولة من صيغة الاتصال الشخصى.

وحتى الآن ، وكما هو واضح فى العديد من أجهزة الاتصال التفاعلى عن بعد الحديثة مثل الفيديوتكس على سبيل المثال فإنها تسمح بمضمون متعدد وشخصى، وبالطبع ليس كتعدد وشخصية المضمون فى الاتصال الشخصى ولكنها أفضل مما عليه الحال فى الاتصال الجماهيرى. وفضلا عن ذلك ، لدى أجهزة الاتصال التفاعلى عن بعد ، المقدرة الهائلة على التخرين المتزايد للمضمون الاتصالى إذا ما قورنت بجميع صيغ الاتصال. كذلك يقدم هذا اللون من الاتصال قدرات جديدة أو منظمة لتحقيق قاعدة معرفية أفضل، مما يبشر بفاعلية أكبر لآليات الضبط الاجتماعى فى الحياة الاقتصادية والسياسية، وحيث يتزايد النقاش بين الخبراء عن الفرص التى يمكن أن تتيحها هذه الأجهزة فى مجال لا مركزية العمل، والمخاطر من الاتجاه لتكريس السلطة[٢٤] .

كذلك ، يلاحظ الإعتماد الشديد لأجهزة الاتصال التفاعلى على بعد على التكنولوجيا الثقيلة أو المعقدة (عادة تتضمن هذه الأجهزة الكمبيوتر كأحد أهم عناصرها) وبالتالى فهى تتطلب مستوى مهارياً معيناً وبعض المعرفة بالحاسب الآلى ، وهو أمر يعوق حتى الآن انتشار وتبنى هذه الأجهزة على نطاق جماهيرى واسع، وعلى الجانب الآخر، فإن الاعتماد على المهارات الاتصالية العامة، بجانب وحدة الترجمة اللغوية فى الحاسب الآلى، قد يفتح الباب مستقبلا للإتصال التفاعلى عن بعد للوصول إلى الجمهور الذى ليس له حظ فى اللغة المنتشرة والمتطلبات المهارية الأخرى للإتصال الشخصى.

ولدى أجهزة الاتصال التفاعلى عن بعد قابلية عالية نسبياً للمركزية والسيطرة وتتحدد المركزية فى جانب بالمدى الذى تمتلك فيه الحكومة مثل هذه الأنظمة الاتصالية (فى فرنسا مثلا تمتلك الحكومة نظام الفيديوتكس) وقومية أو محلية أمتلاك عمليات المعلومات، والتخزين وأنظمة الاسترجاع فى المجتمع ، وكذا بالدرجة التى يمكن لهذه الانظمة الاتصالية مد نطاق حدود المعلومات التى توفرها . وقد أفضت احتمالية المركزية لهذه الأنظمة الاتصالية ، وما قد يترتب عليها من عواقب، إلى مطالبة البعض فى المجتمعات المتقدمة والديمقراطية

بضرورة تحقيق المشاركة العامة عند تحول التقنيات الجديدة إلى أنظمة اتصال فى المجتمع (٢٥) .

وتشير الطبيعة الحالية لأجهزة الاتصال التفاعلى عن بعد إلى أنه إذا ما تطورت هذه الأجهزة إلى الحد الذى تصبح فيه جزءاً من التنظيم الاجتماعى اليومى لغالبية الأفراد، فإنه من المتوقع أن تحدث تغييرات كبيرة فى الحياة الاجتماعية، وإن كان اتجاه هذه التغيرات ما يزال غامضا إلى حد كبير حيث يتوقف الأمر على قدرات هذه الأجهزة على خدمة الأهداف الفردية والمجتمعية. وفى الوقت الحاضر، فإن هذه الأجهزة ربما توظف على المستوى الفردى لتبادل وجهات النظر وتحقيق الفهم المشترك والمعرفة بأحوال العمل أو أسعار السوق والبورصة والعملات وبصورة أكثر عمومية للوقوف على الأحداث المحلية والقومية والدولية ذات الإهتمام الخاص، ولم شمل شبكة الصداقة المشتتة من خلال تبادل الاتصال. والحديث عما يحدث فى مجال الإهتمام المشترك، مما يساعد على حل المشكلات الشخصية وتوجيه الفعل والدور الاجتماعى للفرد.

وعلى مستوى خدمة الاهداف المجتمعية يتوقف الأمر على مستوى وتعدد المضمون الذى تحمله هذه الأجهزة التفاعلية ، فعندما يهتم هذا المضمون بالقضايا المجتمعية فربما يساعد ذلك بصورة مقصودة أو غير مقصودة على تحقيق الأهداف المجتمعية وبالذات تلك المتصلة منها بتحقيق الإجماع العام، ومكافحة الإنحراف ، وحل الصراع والغموض السياسى والعسكرى أثناء الأزمات، وتبنى التغييرات فى الحياة الإيكولوجية أو الاقتصادية . ومع ذلك يظل الأمر مرتبطاً إلى حد كبير، بطبيعة العلاقة التى تربط أنظمة الاتصال هذه بالأنظمة السياسية والاقتصادية القائمة فى المجتمع، حيث تؤثر هذه العلاقة بشدة فى أساليب استخدام وتوظيف أنظمة الاتصال التفاعلى عن بعد.

وإذا كانت أجهزة الاتصال التفاعلى الحديثة لم تتبلور بعد ككيانات اتصالية واضحة ، كما أن معدلات وحدود استخدامها فى المجتمعات النامية ما يزال محدوداً، فإن دارسى بناء الاتصال فى هذه المجتمعات ينبغى أن يلتفت إلى الأدوار المهمة التى أصبحت تلعبها الوسائل التفاعلية فى تدفق المعلومات فى

المجتمعات المحلية، وبالذات أجهزة التليفون التى تزايد معدل انتشارها مؤخراً حتى فى المناطق الريفية كما هو الحال فى المجتمع المصرى، وكذا التلغراف، والرسائل سواء فى شكلها العادى (خطابات البريد) أو المسجلة على شرائط وغيرها ذلك أن تجاهل باحثى الاتصال فى المجتمعات النامية لمثل هذه الوسائل وتركيزهم الشديد على دراسة أجهزة الاتصال الجماهيرى، أعاق حتى الآن الفهم الكامل لبناء الاتصال أو التنظير لعملية الاتصال فى هذه المجتمعات.

ثالثاً: العلاقة بين مكونات بناء الاتصال (تفاعل البناء):

تظهر مراجعة التراث المتوافر حول دراسات الاتصال ندرة وجود دراسات مباشرة حول طبيعة العلاقة بين قنوات الاتصال المختلفة . ومع ذلك ، فإنه يمكن للمرء أن يميز بين اتجاهين متباينين فى رؤية الباحثين لتلك العلاقة.

الاتجاه الأول: الذى ينظر إلى هذه العلاقة بوصفها علاقة تنافسية ويقارن بين قنوات الاتصال المختلفة طبقا لقدراتها التأثيرية (٢٦) فيقارن مثلا الاتصال الشخصى الرسمى، والاتصال الشخصى غير الرسمي. وفى الاتصال الجماهيرى قد تعقد المقارنة للتمييز بين القدرات التأثيرية لكل من الأجهزة المرئية أو السمعية، أو بين الوسائل المذاعة بصفة عامة وبين الوسائل المطبوعة وهكذا. وفى إطار هذه المقارنات كان دائما يطرح السؤال: أى قناة من هذه القنوات أكثر تأثيراً؟ أو ما هى القناة التى تتزايد لديها احتمالات التأثير؟ وتعد دراسات بيرلسون ولازرسفيلد وماكفى وكلابر وغيرها نموذجاً لهذا المنحنى فى رؤية العلاقة بين مكونات البناء الإتصالي.

وطبقاً لهذا التصور، أظهرت الدراسات ، أن علاقات الاتصال الشخصى تتداخل فى تدفق الاتصال الجماهيرى وتعوق تأثيراتها المختلفة (افتراض تدفق المعلومات عبر مراحل)، وأن قوة وسائل الإعلام الجماهيرى تتحدد بصورة عكسية مع الأهمية الفعلية لتأثيرات الاتصال الشخصى (٢٧) وبصفة عامة تميز النتائج المستخلصة هنا بين الاتصال الشخصى باعتباره الأكثر تأثيراً أو المصدر المفضل، فالأسرة أو جماعة الأصدقاء، يقال أنها أكثر فاعلية فى التأثير على قرارات الأفراد وعبر تدفق الاتصال على مرحلتين. وأن جماعة قادة الرأى تعمل بمثابة مصفاة للمعلومات الإقناعية. وأنها تحجب الجمهور العام عن التأثيرات المباشرة لأجهزة الإعلام.

وفى مقابل هذه الدراسـات التى تروج للاعتقاد بأفضلية الاتصـال الشخصى عن الاتصـال الجـماهيـري، والتى تمحـورت أسـاساً حـول بحـوث الحمـلات الانتخابية والإعلانية فإننا نجد دراسات أخري، وإن كانت أكثر حداثة، وتنطلق من المنحى ذاته، تشـير إلى نتـائج مغـايرة، فقـد توصل بول روكتش وديفلـير ١٩٧٦، وكافى عام ١٩٨٢ إلى أن الأفراد يعتمدون فى الأساس على معلومات أجـهزة الإعـلام وبالتالـى فهى الأكـثر تأثيـراً، وأن احـتمـالات تداخل قنوات الاتصال الشخـصى للتقليل من فعاليـات هذه الأجهزة تعد مـحدودة فى العديد من الموضوعات[٢٨] .

ومع هذا التضارب فى النتائج، فقد استـمرت تساؤلات المقارنة تطرح بإلحاح على الباحثين، أى الوسـائل أكثر تأثيراً؟ وكيف نخطط لإحـداث هذه التأثيرات بطريقـة أفضل؟ وهل من الأفـضل لمرشح سـياسى مـثلا أن يعـرض برنامجـه الانتخابى من خلال مـؤتمر صحفى (اتصال جماهيري) أو يتـقابل مع القيادات المحليـة (اتصال شـخـصي)؟ هل الشبكات الشـخـصيـة تبطل تأثيـرات تركيـز التليفزيون والسينما على العنف فى المجتـمع كما ظل الاعتماد فى الإجابة على مثل هذه التساؤلات المعـقدة، يعتمد فى العديد من الأبحاث التى سـعت لتوفير إجابات حولها على الإستدلال فـقد بنى افتراض تدفق المعلومات على مرحلتين مثلا على الاستـدلال أكثر من الملاحظة الفعلية، وعجـزت العديد من الأبحاث عن تحقيـق المقارنة والقياس كـالمقارنة مثلا بين ساعـة إرسال تليفزيونـى مقابل ساعة محادثات عائلية. أو شـراء ثلاث مجلات إعلانات مقابل إرسال ثلاثة من الباعـة إلى الميدان. . . إلخ: وذلك بفـعل تفاعل القنوات المختـلفة فى الواقع الفعلى ، وصعوبة تحديد مصدر بعينـه واختلاف السياق الذى تعمل فيه كل قناة . . إلخ. وهو أمـر يعكس الحاجـة لمزيد من الجهـد لتطوير مدخـلات منهجـية ملائمة لتوفير إجابات أكثر دقة حول فعاليات القنوات المختلفة.

أما الاتجاه الثانى فى رؤية العلاقـة بين قنوات الاتصال المختلفـة، فينظر إلى تلك العلاقة باعـتبارها علاقة تكامليـة أو متقاربة أكثـر منها تنافسية مع بعـضها البـعض. فقـد أوضح البـاحثـون فى مـجال نشـر الأفكار الجـديدة، أن تبنى الممارسـات الجديدة ينبـغى أن يُنظر إليـه كعمليـة متـعددة المراحل، والتـسلسل الخاص بتلك المراحل يسير على أساس: المعرفة، الإقناع القرار، التثبيت، وفى كل مرحلة من هذه العمليـة تختلف الحاجة للمعلومـات وتتباين أدوار القنوات

الإتصاليـة المختلفة وطبـقا لنموذج الانتـشار الشائع فـفى مرحلة المعرفـة تتزايد حاجة الأفراد إلى قنوات الاتصال الجماهيرى لإدراك الأفكار الجديدة والإحاطة بطبيعتهـا وخصائصها العامة، وعندما يتحرك الأفـراد نحو مرحلة التنرار، فإنهم يميلون للإعتماد على المصادر الشخـصية التى ينبغى فى هذه الحالة أن تعمل فى تكاتف مع القنوات الجماهـيرية ، وحيث يؤدى التنافر والفجـوة هنا إلى إفشال الحملات الإعلامية (٢٩) .

يبد أن ثمة باعـثًا آخر للتعامل مع قنوات الاتصال المخـتلفة برؤية تكاملية . فالأمر لا يتعلق فقط بالأبعاد السيكولوجية داخل الفرد عند اتخاذ القرار، بقبول التجديدات أو أن شبكة العـلاقات الشخصية أكثر تأثيـرًا فى مرحلة اتخاذ القرار بالتبنى ، كـما يفترض نموذج الانتـشار، ولكن بسبب تباين قـدرات الأفراد فى الوصول إلى قنوات الاتـصال المختلفـة أو استخـدامها ، فـثمـة عقبـات مادية وثقافيـة عديدة قد تقف عائقـاً أمام بعض الأفراد فى التعامل مـع قنوات معينة فعدم الإلمام بمهارة القراءة مثلا قـد يحول دون تعرض الفرد لمضامين المطبوعات، كما أن انخفاض المستوى الإقتصادى للفرد قد يحول بين الفرد وبين حيازته لهذه الوسيلة الإعـلامية أو تلك، والأفـراد الأكثر تعليـماً قد تكون أكـثر استـعداداً لتشرب المعلـومات المجردة من الأفراد الأقل تعليمـاً وهكذا. . ويؤدى مثل هذا التبـاين فى قدرات التعـرض للوسائل المختلفـة إلى ما يطلق عليه بعض خـبراء الإتصال فـجوة المعلومات فى المجـتمع، وهى الفجـوة التى تقع بين من يعرف ومن لا يعرف عن الأفكار الجديدة (٣٠) وأحد أساليب التغلب على هذه الفجوة وضمان وصـول المعلومات المختلفة إلى كـافة قطاعات المجتمع هو الاستـخدام المخطط والمتكامل لمختلف القنوات سواء الشـخصية أو الجماهـيرية أو التفاعلية عن بعد. وهكذا فـإذا لم تصل المعلومات المذاعة عبـر وسيلة الراديو إلى بعض المزارعين فى الحـقول، فـإنها يمكن أن تـصل عبـر المرشد الزراعي، وحـتى إذا وصلت عبر الشـبكة المذاعة، فإن وصولهـا أيضاً من خلال الشبكة الشخـصية سوف يعمقها ويدعم فاعليتها.

كذلك، يوجـد سبب ثالث وراء ضرورة تكامل قنوات الاتصال المخـتلفة فى إنجاح الحـملات الإعلاميـة، حيث يتعلق الأمـر هنا بطبيعـة المضامين والأفكار المختلفة التى يراد تـرويجها عبر النسق الاجـتماعي. فبعض الموضـوعات ، قد تتطلب دعماً مـرئياً للرسائل الشفـاهية، والبعض الآخر، قد يتطلب تفـصيلات

أكثر، كما قد يكون مطلوباً فى بعض الأحيان تخزين المعلومات محلياً أو السيطرة على سرعة تعرض الفرد للمعلومات، وتوقيت هذا التعرض. ومن المؤكد أن استخدام أكثر من قناة فى هذا المجال قد يساعد فى إشباع كل تلك الاحتياجات الاتصالية[٣١].

وهكذا، وفى ظل هذه الرؤية التكاملية لقنوات الاتصال خلصت بعض الدراسات إلى أن القنوات المختلفة يدعم بعضها البعض، وأنه كلما تزايد تحدث الناس مع بعضهم البعض عن المعلومات من أجهزة الإعلام الجماهيرى عظم التأثير الكلى لهذه الوسائل على الفعل الاجتماعى [٣٢] فأجهزة الإعلام الجماهيرى تقدم المادة للمحادثات الدائرة وتثير المناقشات غير الرسمية التى ربما لا تقع بدونها.

بيد أن أنصار هذا الاتجاه لا يوضحون لنا متى وكيف يحدث التكامل أو التفاعل بين القنوات المختلفة، وما هى نقاط الإلتقاء والتمفصل؟ وكيف يمكن دراسة ذلك والتحقق منه فى الواقع الفعلي، حيث لا تتوافر دراسات مباشرة فى هذا المجال، فالدراسات التى تنطلق من افتراض وضع البرنامج وهى الأقرب إلى الإجابة على مثل هذه التساؤلات لا تقدم لنا تحليلات مفيدة أو مفصلة فى هذا الشأن، وإنما اقتصر الأمر على افتراض أن أجهزة الإعلام عن طريق تركيزها على بعض الموضوعات والقضايا وإهمال البعض الآخر سوف تمارس تأثيراً على الآراء الشخصية [٣٣] هكذا إجمالاً ودون تمييز حتى بين قدرات مختلف أجهزة الإعلام الجماهيرى أو القنوات الشخصية، وأنماط التفاعل فى هذا المجال. وبصيغة الاستدلال والتصور أيضا أشار جوتنبرج، أن هناك احتمال أن تنشط قنوات الاتصال الشخصى مع قنوات الاتصال الجماهيرى فى نشر المعلومات فى حالتين، المعلومات محدودة الأهمية، والأخبار بالغة الأهمية.. ففى الحالة الأولي، فإن المعلومات لا تحصل على معالجة بارزة من جانب أجهزة الإعلام، ولكن طالما أن المعرفة بالوقائع مهمة لأهداف خاصة أو لجماعة مرجعية، فإنه من المحتمل أن تلاحظ بصورة انتقائية عن طريق بعض من الأقلية المعنية. وحيث ت المعلومات من خلالهم إلى الآخرين الذين تصادف أنهم لم يتعرضوا للإعلان الأول. وفى الحالة الثانية، الأحداث ذات

الأهمية البالغة والمثيرة، فتحصل على اهتمام كبير وسريع من جانب وسائل الإعلام وتجذب تقريباً اهتمام الغالبية العظمى من الأفراد فى المجتمع وتدور حولها المناقشات.

وسواء كانت النظرة تنافسية أو تكاملية للعلاقة بين مكونات البناء الإتصالي، فإنه ينبغى التسليم بأننا إزاء علاقة بالغة التعقيد والتشابك، خذ مثلا، عملية اتخاذ أحد الأفراد (أ) قراراً بشراء جهاز كمبيوتر مثلا. فى مرحلة المعرفة. فإن الفرد (أ) قد يتعرض لإعلانات تليفزيونية وصحفية عديدة عن الكمبيوتر، على امتداد سنوات عدة، وبالتالى يكتسب فكرة عامة حول ما هية جهاز الكمبيوتر، وبعض الميزات التى يوفرها للشخص الذى يحوزه. ولدى الفرد (أ) أيضًا فكرة عامة أن بعض الأصدقاء لديهم كمبيوتر، ولكن لم يناقش الموضوع معهم. وفى مرحلة الاقناع، الفرد (أ) يقوم بزيارة أحد أصدقائه فى منزله وهو الفرد (ب) الذى ناقش مع الفرد (أ) القدرات العملية للكمبيوتر، وخلال المناقشة أظهر الفرد (ب) معرفة كبيرة بأجهزة الكمبيوتر، واقتناعه التام بأهمية حيازتها، وقد حَصَّل ذلك من المجلات المتخصصة ، ولكن الفرد (أ) لا يعرف ذلك، وفى اليوم التالى الفرد (أ) وزوجته ناقشا شراء الكمبيوتر وكانت الزوجة غير متحمسة.

وفى مرحلة القرار، وبعد أسابيع عدة ومزيد من المناقشات الأسرية قرر الفرد (أ) شراء الجهاز، ولكن البائع فى محل بيع أجهزة الكمبيوتر لم يستطيع الإجابة على تساؤلات (أ) بطريقة مرضية، ولكن قدم عدة كراسات شارحة بجانب المنشورات السنوية للمنتج مصاغة بلغة فنية غير واضحة للفرد (أ) وخلال التطبيق والممارسة، وجد الفرد (أ) صعوبات بالغة خلال محاولاته استخدام الجهاز، وبالذات فى عملية التشغيل، والبائع فى محل الكمبيوتر ليس مفيداً، كما أن المطبوعات المصاحبة غير مفيدة أيضًا. الفرد (ب) لديه جهاز كمبيوتر من نوع آخر، ولكنه قدم نصيحة للصديق (أ) وأخيراً انضم الفرد (أ) إلى مركز تعليم الكمبيوتر حيث اكتسب منه معلومات مفيدة، وخلال شهور قلائل أصبح (أ) يستخدم الكمبيوتر بكفاءة عالية ومقتنعًا بالجهاز. وخلال مرحلة التأكيد، الفرد (أ) يسعى للبحث عن معلومات عن أجهزة الكمبيوتر

خلال اللقاءات المختلفة سواء من الأصدقاء أو مركز تعليم الكمبيوتر وأيضا من خلال قراءة عدة مجلات متخصصة فى هذا المجال. ومن جانبه قام الفرد (أ) بإخبار أصدقاء له عن الكمبيوتر الذى لديه.

وواضح من هذا النموذج، تعددية قنوات الاتصال التى لعبت دورا فى هذه العملية الفردية لاتخاذ قرار التجديد، ومن البساطة المخلة فى هذه الحالة التساؤل هل القنوات الشخصية أو الجماهيرية كانت الأكثر أهمية فى مرحلة معينة، فنحن إزاء فعل اتصالى موحد يصعب معه تحديد أى نمط من القنوات أكثر أهمية فى سلسلة الافعال والقرارات والأحداث التى تقع عبر الزمن. وإذا عدنا إلى النموذج السابق ، فإننا نجد أن اتصال الفرد(أ) بالفرد (ب) كان بالنسبة للفرد (أ) جوهريا فى مرحلة الإقناع، ولكن كما أشرنا، الفرد (أ) لم يعرف أن الفرد (ب) حصل الكثير من المعلومات التى نقلها له من الوسائل الجماهيرية من خلال قراءة المجلات المتخصصة. وهكذا، فإن الأفراد فى الغالب قد لا يستطيعون التمييز بين القنوات المختلفة كمصادر للمعلومات. فإذا أجرينا دراسة ميدانية مثلا حول انتشار فكرة استخدام جهاز الكمبيوتر، وقابلنا الفرد (أ) بعد مرور ما يقرب من ثلاث سنوات على قرار التبني، فهل (أ) يستطيع أن يتذكر أى القنوات كانت أكثر أهمية بالنسبة له؟ هذا صعب إن لم يكن مستحيلاً، ولكن من الممكن أن يتذكر أو يروى كيف تمت العملية، وهنا تبدو أهمية تجاوز طرح التساؤلات أى القنوات أكثر تأثيرا إلى محاولة فهم العملية الاتصالية ذاتها، ومحاولة دراسة عناصرها المختلفة، والمساهمات المختلفة لهذه العناصر فى الفعل الاتصالي، وهنا يمكن الإقتراب من فهم وتشخيص آليات التفاعل بين مكونات بناء الاتصال فى الواقع الفعلي. ونعتقد أن الانفصال الراهن بين دراسات الاتصال الشخصى والاتصال الجماهيرى يعوق إلى حد كبير محاولة فهم العملية الاتصالية وحقيقة العلاقة بين مكونات البناء الاتصالى فكل تخصص يدعى أنه يدرس عملية الاتصال، ويصل إلى نتائج معينة فى فهم هذه العملية بمعزل عن فهمها فى علاقتها بالعمليات الاتصالية الأخري. والنتيجة هى الفشل فى فهم عملية الاتصال أو التنظير لهذه العملية على النحو القائم حالياً. فالإقناع الذى هو محور اهتمام دراسات الاتصال الشخصي، قد يصعب فهمه بمعزل عن الأدوار التى تلعبها قنوات الاتصال الجماهيري، كما أن افتراض وضع البرنامج ، أو فجوة المعلومات أو الانتشار ـ محور اهتمام الاتصال

الجماهيري، قد لا يكتمل تصوره بمعزل عن الشبكات الشخصية، وهكذا. وهو الأمر الذى دفع بعض الباحثين (٣٤) إلى المطالبة بتجاوز تقسيم دراسات الاتصال إلى اتصال شخصى واتصال جماهيري، إلى تقسيم يقوم على أساس التخصص العلمى للباحثين مثل الإقناع، وضع البرنامج، الانتشار، الرأى العام... إلخ فمثل هذا التقسيم الأخير سوف يوفر المرونة ويسهل من الترابط والتكامل بين الباحثين فى بحث عملية الاتصال، ومحاولة فهم مكوناتها والعلاقة بين هذه المكونات بطريقة أفضل.

إن الصياغات النظرية المتوافرة فى التراث حول علاقات بناء الاتصال كالقول بأن الوسائل الجماهيرية مفيدة فى مرحلة الوعي، وأن قنوات الاتصال الشخصى المنظم حيوية فى مراحل اتخاذ القرار والإقناع، واستحالة إنجاح الحملات الإعلامية بدون توحيدها.. إلخ كلها تصورات تعوزها الدقة والبيانات الواقعية، فهى بداية تتجاهل مشكلات الممارسة. والنتائج التى بنيت عليها تقوم على دراسات جزئية (اتصال شخصى أو جماهيري) والإعتماد على مدخلات منهجية غير ملائمة. ففى مجال انتشار التجديدات، وكما أشرنا من قبل، فإن العملية تعد بالغة التعقيد فى الكشف عن المصادر المختلفة التى ساهمت فى نشر التجديد أو تحقيق الإقناع به. ومع ذلك فقد جرى الاعتماد فى التمييز بين قنوات الاتصال المختلفة عبر المراحل المتعددة لعملية اتخاذ القرار على الإبلاغ الذاتى للمبحوث والمتأثر بالسياق الذى يجرى فيه البحث، إن المبحوثين لم يعتادوا إعادة إنتاج تاريخ التأثر الذى يطلب منهم، أو القدرة على التمييز بين مصادر التأثير المفردة بكل مرحلة. فإذا أخذ تأثير وسائل الإعلام شكلاً طفيفًا، فإن المبحوث قد لا يتذكر ذلك بسهولة، وربما يستطيع قائم بالإتصال فى الاتصال الجماهيرى يتمتع بالثقة والجاذبية - توفير الوعى الأولى لفكرة جديدة، ويقود المتلقى فى نفس الوقت للاقتناع تماما بهذه الفكرة. ومع ذلك فربما تُذكر هذه الوسيلة الإعلامية الجماهيرية، كمصدر للمعرفة دون أن تذكر بصورة واضحة كمصدر للإقناع. وعلى نفس المنوال إذا كانت مصادر متعددة تحيط بالفرد، فإن ميل هذا الفرد خلال المقابلة لذكر مصدر بعينه، قد يوجه النتائج ناحية مصدر الإقناع التقليدى المألوف (مثل المرشد الزراعي، الداية، الطبيب، إمام المسجد، الجيران... إلخ) وذلك أكثر ما يميل إلى الإشارة إلى المصدر التقليدى المألوف أيضا مثل الراديو. كذلك فإن العديد من الدراسات فى هذا

المجال تدرس أجهزة الإعلام الجماهيـرى كمصدر للمعلومات دون النظر إلى أن هذه الأجهـزة قد يكون لهـا مصدراً يتـولى إمدادها ذاتها بالمـعلومات، وأن قلة التعرض لمضمـون هذه الأجهزة أو غيبة المضمون الإقناعى فى رسـائلها قد يعود إلى مشـاكل الممارسة والاسـتخدام والأوضـاع التى تعمل فيـها، والأدوار التى توجه إليها. فقد تسخدم مثلا بدون معرفة مفصلة بمشكلات الجمهور التى تسعى إلى معالجتها، أو أنها ربما تجسد فـقط رسائل واعدة عامة أكثر من الرسائل التى تستـهدف تحقـيق التبنى والإقناع بأنشطة مـعينة[٣٥] فى مـثل هذه الحالة، فـإن المضمون الإقناعى لم يتح أساساً عبر هذه الأجهزة، وهكذا قد يذكر المبحوثون، أنهـا وسائل غـير مـؤثرة على السلوك، ومع ذلك، فـإن مثل هذا الإقـرار من جانب المبـحوثين، وهو صحيح فى هـذه الحالة، لا يبرر الرفض التام لأجـهزة الإعلام الجمـاهيرى كأدوات اقناعية، حـيث قد يتوقف الأمر هنا إلى حد كـبير على شكل وطبيعة المعالجة للرسائل الموجهـة. ومرة أخرى، فإن توحيد الجهود البحـثية، والإعـتماد على مـدخلات منهجـية ملائمـة وكذا على مفـاهيم مثل الفاعليـة، ومعدل التـأثير، والقدرة على الوصول إلـى القنوات واستخدامـها، والقدرة على التوجه إلى جمهور مـعين والاهتمام بمشكلات الممارسة، تعد كلها محكات ملائمة وصالحة لتطوير مدخـلات مناسبة للمقارنة والقياس بين قنوات الاتصال المختلفة. تسـاعد على فهم وتشخيص طبيعـة العلاقة بين مكونات بناء الاتصال القائم فى المجتمع عوضـا عن الغموض الراهن فى فهم هذه العلاقة. وفى هذا الإطار نثيـر بعض الافتراضات النظرية التى تسـتأهل الاختبـار الميدانى من قبل الباحثين:

الافتراض الأول: أن أجـهزة الإعـلام الجمـاهيرى لا تسـتطيع التأثيـر على تصرفات الأفراد فى غياب التكامل مع قنوات الاتصال الشخصى المنظم.

الافتراض الثاني: أن أجهزة الإعلام الجماهيرى تستطيع التأثير على تصرفات الأفراد بمعزل عن قنوات الاتصال الشخصى المنظم.

الافتراض الثالث: أن كلاً من وسائل الاتصال الجـماهيرى وقنوات الاتصال الشخصى تستطيع تحقيق التأثير دون وجود تفاعل بينهما.

الافتراض الرابع: أن كلاً من الاتصال الشـخصى والاتصال الجمـاهيرى لها تأثيرات، ويمكن أن يحل كل منها محل الآخر.

الافتراض الخامس: أن كلاً من الاتصال الشخصى والاتصال الجماهيرى لها تأثيرات مستقلة ولكن إذا وُجدا معاً فإنهما يحدثا تفاعلاً إيجابياً.

وانطلاقا مما تقـدم، نتصور أن وكلاء التـغيير مثل المرشـد الزراعي، أو أئمة المساجـد أو طبيب الوحدة الصـحية أو غـيرهم قد يشكلون فـى الواقع الفعلى قنوات اتصال قـوية إذا ما قـاموا بأدوارهم كمـا ينبغي. وإذا مـا توافرت لديهم الظروف الملائمة للعمل. ومع ذلك، فإن تقييم أداء مثل هذه القنوات لا يتسنى بمعزل عن بقية القنوات الأخـري، وهو المنحى الذى نلتزم به فى دراستنا للأداء الإتصالى لأئمة المساجد.

مراجع وهوامش الفصل الثاني

١- راجع عرضاً مفصلاً لمفهوم الاتصال لدى أصحاب التخصصات المختلفة في:

عبد الفتاح عبد النبي تكنولوجيا الاتصال والثقافة القاهرة العربي للنشر والتوزيع ١٩٩٠ . ص ص ١١ ـ ١٨.

٢- انظر :

- John E. Baird & Sanford B. Weinberg, Group Communication W.M.C, Browen Company publishers, U.S.A. 1983 P. 13.

٣- عبد الهادى الجوهري، قاموس علم الاجتماع ، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق ١٩٨٣ صـ٤٨.

٤- انظر على سبيل المثال:

- Peter R. Nonge, The Network Level of analysis in Hand book of communication science (ed.) charles R. Berger & other london, sage publication, 1987, p 248.

٥- عبد الله الخريجي، الضبط الاجتماعي، ط١، جدة دار الشروق، ١٩٧٩ صـ٩٨.

٦- انظر ذلك :

Farace, R. & Nabee, T., Communication network analysis Methods, in P.R. Monge & J.N. Cappella (eds) Multivariate techniques in human communication research, N.Y: ACADEMIC Press, 1980, PP 365 - 391.

٧- انظر فى ذلك:

Peter R. Monge, the Network level of analysis, op. cit. p. 245.

٨- انظر :

E.M. Rogers, Diffusion of innovations, Third Edition Free press, New York, 1982.

٩- لمزيد من التفاصيل حول فكرة التكامل والتمفصل بين قنوات الاتصال الشخصى والجماهيرى انظر:

Kathleen K., REARDon & E. Rogers, interpersonal versus Mass

Media Communication A False Dichotomy, Human Communication Vol, 15, No. 2, Winter, 1988 pp 81 - 303

١٠- Wilbur Schramm, Men, Messages and Media, N.Y., Harper & Row publishers, 1973. p 152.

وكذلك : عبد الفتاح عبد النبى تكنولوجيا الاتصال والثقافة، مرجع سابق صـ ٨٢.

١١- ولبور شرام، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، ترجمة محمد فتحى القاهرة الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧٠.

١٢- انظر فى ذلك:

Wilbur Schramm, channels and audiences in Hand book of communication (Ed.,) Ithiel de sola pool, Chicago, Rand - McNally, 1973, p. 116.

١٣- انظر فى ذلك:

Sandra J. Ball Rokeach & Kathleen Reardon, Monologue dialogue and telelog, Comparing an Emergent form of communication with traditional form, in Advancing Communication Science (ed.,) R.P. Hawkins & others, N.Y., Sage publication, 1990, P. 141.

١٤- قد يكون الاتصال الشخصى المتجانس رسميا أو منظماً، وقد يكون غير رسمى أو طبيعي، وإن كانت كثافة هذا الاتصال المتجانس كثيرا ما تقع فى حالة الاتصال الشخصى الطبيعى حيث كثيراً ما يتصل الأفراد الأكثر قربا إلى بعضهم البعض.

١٥- لمزيد من التفاصيل حول هذه العمليات انظر:

Klapper, J., The Effects of Mass communication, N.Y., Free press, 1960.

١٦- انظر :

Sandra J.Boll-Rokeach & Kathleen Reardon, op. cit p. 148.

١٧- لمزيد من التفاصيل حول مدخل الإشباعات انظر:

Katz, E.,& others, Utilization of Mass Communication, Beverly Hills,

Sage Publication, 1974.

١٨- انظر فى ذلك على سبيل المثال:

Donhue, G.A., & others, Mass Media and Knowledge gap communication research, 1975, 2 pp. 3-22.

١٩- انظر المزيد من التفاصيل: عبد الفتاح عبد النبى تكنولوجيا الاتصال والثقافة مرجع سابق .

٢٠- يعد مفهوم السيادة الإعلامية أحد المفاهيم المحورية للسياسة الإعلامية المعلنة فى المجتمع المصري، وينحصر مضمونه على ضمان وصول المضمون الإعلامى الحكومى إلى جميع مناطق الجمهورية.

٢١- انظر على سبيل المثال:

E., Rogers, & Q., Lawrence Kincaid, Communication Networks, N.Y, free Press 1981.

٢٢- انظر فى ذلك لمزيد من التفاصيل حول هذه التكنولوجيا:

E., Rogers, Communication technology, the new Media in society, A Division of Macmillan, inc. New York, 1986.

٢٣- انظر:

K., Readdon, Interpersonal Communication: where minds meet, CA, Wads Worth, 1987.

٢٤- انظر في ذلك:

Sandra, J., Ball Rokeach & K. Reardon, op. cit p 144.

٢٥- انظر فى ذلك:

E., Parker, Technological change and the mass Media in S. de sola pool et al (eds) hand book of communication chicago, Rand MacNally 1973 pp. 619 - 645.

٢٦- انظر فى ذلك على سبيل المثال:

E., Katz, on conceptualizing Media effects in Macormack (ed.,) studies in Communication, N.Y., JAI press, Vol. 1, 1980, pp 119 - 141.

٢٧- انظر فى ذلك:

Klapper. J. The Effects of Mass communication op. cit .

٢٨- انظر فى ذلك :

Steven H., Chaffee & Diana C. Mutz, Comparing Mediated and interpersonal communication Data, in Advancing Communication science op. cit p 21.

٢٩- انظر:

ROBERT, C.H ornik, Development Communication, New York, Longman, 1988, p. 18.

٣٠- انظر فى ذلك:

Donohue, G.A., & Others, Mass Media and Knowledge gap, op. cit.

٣١- انظر:

Robert C. Hornik, op. cit p. 20.

٣٢- انظر :

Chaffee, S., The interpersonal context of Mass communication, in F.G.Kline & P.Tichenor (eds) Current Perspectines in mass communiction research CA: Beverly Hills, 1972, pp 95 - 150.

٣٣- لمزيد من التفاصيل حول افتراض وضع البرنامج انظر:

Werner J. Severin & Other, Communication theories origins, Methods and uses, in the mass Media, third Edition, Longman, London, 1992 pp 207 - 281.

٣٤- انظر على سبيل المثال:

Kathleen K. REARDon & E. Rogers, Interpersonal Versus Mass Media Communicatiion, Afalse Dichotony, op. cit pp 281 - 303.

٣٥- انظر فى ذلك:

Ronald, E.Rice & Other, public communication compaings, New York, Sage publication, 1989, pp 309 - 319.

الفصل الثالث
شبكة الاتصال الشخصى

أظهر الفصل السابق أن الاتصال الشخصى هو أحد مكونات بناء الاتصال القائم فى المجتمع. وفى هذا الفصل نسعى إلى تحليل شبكة الاتصال الشخصى هذه وإلقاء المزيد من الضوء عليها كخطوة تالية ولازمة للاقتراب من موقع أئمة المساجد، محل اهتمامنا الرئيسى، ولفهم أدائهم الاتصالى فى بناء الاتصال العام، ذلك أن هؤلاء الأئمة كقائمين بالاتصال ومؤثرين فى المجتمع يعملون فى إطار شبكة، هذه الشبكة هى بمثابة قناة اتصال تلعب دورها فى تدفق المعلومات وترويجها فى المجتمع، ويشكل الأئمة فيها المحور أو المفصل الذى يتلقى المعلومات وينقلها، أو يقومون بإنتاج المعلومات وبثها كمخرجات فى البيئة التى يعملون بها. وبصورة محددة يتناول هذا الفصل مناقشة العناصر التالية :

١- طبيعة شبكة الاتصال الشخصى.

٢- خصائص شبكة الاتصال الشخصى.

٣- تدفق المعلومات عبر الشبكة الشخصية.

أولاً- طبيعة شبكة الاتصال الشخصى :

الشبكة (Network) كلمة مألوفة تتردد كثيراً فى الأحاديث العامة، حيث كثيراً ما يتحدث الأفراد عن شبكة الطرق، شبكة التليفونات، شبكة الكهرباء، شبكة المياه، شبكة المواصلات.. إلخ، وجميعها تشير إلى مجموعة الخطوط التى تشتمل عليها الطرق أو التليفونات أو الكهرباء، أو وسائل النقل، هذه الخطوط مترابطة وتقوم معاً بمهام التجميع، والنقل، والتوزيع على امتداد منطقة جغرافية معينة.

وفى مجال الاتصال الشخصى، وعندما تستخدم كلمة شبكة مقرونة بهذا النوع من الاتصال، فإنهاتشير إلى تلك الأنماط المنتظمة لاتصال الأشخاص بعضهم البعض. وواقعياً يمكن أن يستدل على هذه الشبكة من خلال ملاحظة السلوك الاتصالى للأفراد مع بعضهم البعض، وتحديد من يتصل بمن ويتبادل معه المعلومات ولأى باعث أو هدف. وفى الواقع الفعلى توجد دوافع عدة

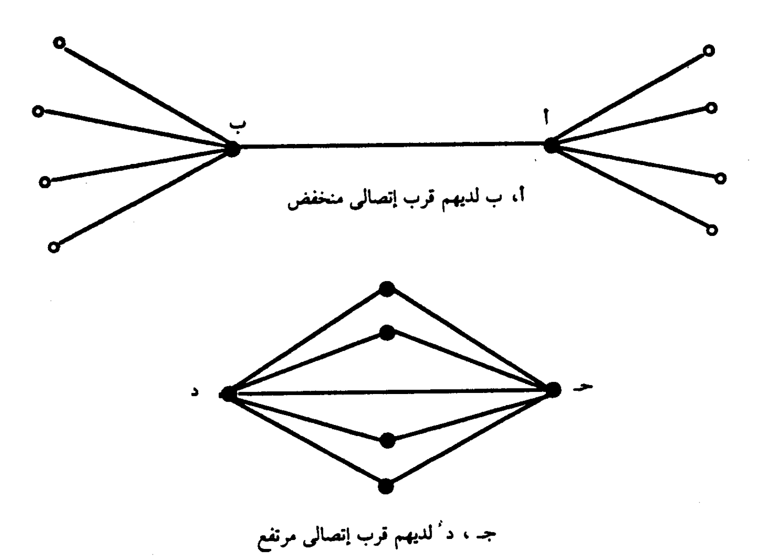
تملى على الأفراد أن يتصلوا بعضهم ببعض. فقد يتصل الأفراد لتحقيق الهدوء عندما يكون لديهم الحاجة للاسترخاء، الارتياح أو تخفيف التوتر، وقد يتصلون للصحبة عندما يوجد لديهم الحاجة للإنتماء للجماعة، وملء الفراغ فى حياتهم، وقد يتصل الناس أحياناً لكسر الروتين، وكقاعدة فردية دائماً يتحدث المرء إلى أفراد معينين كل يوم أو لتمضية الوقت عندما لا يكون هناك شئ ذو قيمة. كما قد يتصل آخرون للتسلية والمزاح، والمتعة وقضاء وقت سعيد. كذلك قد يتم الاتصال بين الناس للتفاعل الاجتماعى، بغية المشاركة فى المعلومات سواء بإعطاء هذه المعلومات أو استقبالها. وقد يسعى البعض للاستثارة التى تحدث فى الاتصال أو الطرب والإثارة والرموز التى تنتج عنها. والبعض الآخر، قد يسعى للهروب ومحاولة الحد من الأنفعال أو حل المشكلات من خلال الاتصال بالآخرين.

وقد تتشكل دوافع للاتصال الشخصى مرتبطة بالآخرين، فقد يتصل الناس أحياناً لدعم التعليم الذاتى، ونقل تجارب وخبرات الآخرين، أو الحصول على معلومات لتوجيه السلوك الذاتى. وفى أحيان كثيرة قد يتصل الناس ببعضهم البعض لأن المعايير الاجتماعية تملى ذلك، أو للحصول على الأمن، أو الرضا عن النفس من خلال رد فعل الآخرين. وهكذا تتعدد البواعث التى تكمن وراء اتصال الأفراد ببعضهم البعض فى الواقع الفعلى. وفى ظل هذه الاتصالات وعندما تأخذ شكلاً منتظماً أو مستقراً تنشأ ما يطلق عليه شبكة الاتصال الشخصى التى من خلالها يحدث التفاعل وتقوم العلاقات بين الأفراد فى المجتمع[1] .

وتلعب الشبكات الشخصية التى تنشأ بين الأفراد هنا دوراً مهماً فى تدفق المعلومات وتناقلها فى النسق الاجتماعى، وعادة ماتقوم الشبكة بين الأشخاص المتجانسين أو المتشابهين فالأفراد يميلون للاتصال بالآخرين المتقاربين معهم مكانياً أو اجتماعياً أو ثقافياً وهكذا يلعب أعضاء العائلة الواحدة، والجيران، وجماعة الأصدقاء، وزملاء العمل والدراسة دوراً مهماً فى تشكيل الشبكات الشخصية الطبيعية. وتصنف الشبكات الشخصية على هذا الأساس، فالأفراد يصنفون فى مجموعات أو وحدات على أساس درجة تقاربهم فى خطوط الشبكة «القرب الاتصالى» وعلى ذلك ينسب الأفراد المتقاربون اتصالياً إلى نفس الوحدة. ووفقاً لذلك، فإن شبكة الاتصال الشخصى تشتمل على هؤلاء

الأفراد المتداخلين اتصالياً الذين يرتبطون بتدفقات الاتصال النمطية لفرد ما، ويمكن للمرء أن يرى أن كل فرد يحوز شبكة شخصية تتضمن فرداً أو عدة أفراد آخرين.

وطبقاً للقرب الاتصالى تتحدد احتمالية تبادل المعلومات بين طرفى الاتصال[٢] ويوضح الشكل التالى هذه العملية.



أ، ب لديهم قرب إتصالى منخفض

جـ ، د لديهم قرب إتصالى مرتفع

فى الشكل الأول، نجد أن أ، ب يرتبطان معاً فى شبكة ولكل منهما شبكة اتصال شخصية، ولكنها غير متواصلة، وحيث يلعب أ، ب هنا دور الشخص البؤرى أو المحورى فى نقل المعلومات للأفراد المترابطين مع كل منهما، وفى الشكل الثانى، تتميز العلاقة بين (ح و د) بارتفاع القرب الاتصالى حيث أن الشبكة الشخصية لكل منهما متداخلة، وبالتالى ترتفع احتمالية تبادل المعلومات بينهما. وعلى ضوء عدد خطوط الارتباط التى يحوزها الفرد وما يتوافر لديه من معلومات أو يتمتع به من قدرات تأثيرية يتحدد الشخص البؤرى أو ما يطلق عليه البعض «قادة الرأى» أو «المؤثرون» الذين يشكلون نقاط تمفصل أو تمركز لشبكات الاتصال الشخصى الطبيعى. وقائد الرأى هو الحالة التى يصبح فيها

الفرد قادراً بصورة غير رسمية على التأثير على اتجاهات الأفراد الآخرين أو تغيير سلوكهم فى الاتجاه المرغوب وبصورة مكررة نسبياً، بعبارة أخرى، هم هؤلاء الأفراد الذين يمارسون التأثير فى مواقف وآراء الآخرين خلال تفاعلاتهم الشخصية معهم(٣).

ونظراً للدور المحورى الذى يلعبه هؤلاء الأفراد فى تلقى وتوزيع المعلومات عبر الشبكات الشخصية، فقد اتجه الباحثون للتركيز على هؤلاء الأفراد وتحديد سماتهم وسلوكهم الاتصالى كمدخل لفهم وتحليل الشبكات الشخصية واتجاه تدفق المعلومات عبر خطوطها، وقد خلصت العديد من الدراسات فى هذا المجال إلى أن قادة الرأى يتميزون بمجموعة من الخصائص التى تميز أداءهم الاتصالى، فهم بداية، يتعرضون أكثر إلى رسائل أجهزة الإعلام الجماهيرى، والمؤسسات المحلية والخارجية، ووكلاء التغيير والقنوات الأخرى، وجميعها تشكل بالنسبة لهم مصادر لتلقى المعلومات التى تدعم جدارتهم كقادة للرأى والمعارف المختلفة. وتساعد سهولة الوصول إلى هؤلاء الأفراد عبر خطوط شبكة الاتصال الشخصى إلى إتاحة إمكانية نقل المعلومات والمشاركة فيها والاحتكاك المباشر والحوارات المختلفة عبر الشبكة.

كما أن هؤلاء الأفراد يتميزون بارتفاع المركز الاقتصادى والاجتماعى النسبى بالمقارنة بغيرهم من أعضاء الشبكة ويساعد هذا المركز الاقتصادى الاجتماعى المرتفع فى إضفاء درجة من الهيبة والاحترام على هؤلاء الأفراد، وبالتالى تزايد قدراتهم التأثيرية على الآخرين خلال الفعل الاتصالى. كذلك، تساعد درجة الانفتاحية والمركز الاقتصادى الاجتماعى الذى يتحلى بها قادة الرأى على سرعة قبول هؤلاء الأفراد للأفكار الجديدة بالمقارنة ببقية أعضاء الشبكة، وإن كان ذلك يتوقف أيضاً على نسق المعايير السائدة وعلى رؤية الأتباع لقادة الرأى، فعندما يفضل نسق المعايير الاجتماعية السائد التغيير، فإن قادة الرأى يصبحون أكثر تجديداً وقبولاً للأفكار الجديدة الوافدة، ولكن عندما لا تقبل هذه المعايير التغيير فإنهم يصبحون أقل تجديداً وأكثر رفضاً للتغيير.

وفى التنظيمات الاجتماعية التى تتميز بمعايير تقليدية فإن قادة الرأى عادة يصبحون بمعزل عن التجديد أو الإبداع. حيث ينظر إلى المجددين هنا بنوع من الشك وأحياناً عدم الاحترام من قبل أعضاء الشبكة فى هذه التنظيمات، وبالتالى عدم الثقة فى أحكامهم عن الموقف من الأفكار الوافدة الجديدة. وقد

لاحظ بعض الباحثين[٤] . أن قادة الرأى فى القرى المتطورة نسبياً كانوا أكثر ميلاً لقبول الأفكار الجديدة الوافدة عبر المصادر المختلفة من أتباعهم ولكن فى القرى التقليدية. كانت درجة الميل لقبول هذه الأفكار ضئيلة للغاية أو واهية وكانوا أكبر سناً وأقل انفتاحاً.

وتدعم البيانات البحثية من بلدان مختلفة الانطباع بأن قادة الرأى يميلون بشدة للمحافظة على معايير وقيم المجتمع، فقد خلص هيرزج وآخر من دراستهما للقرى البرازيلية [٥] "أن معظم المجتمعات التقليدية لم يكن القادة أو الأتباع مجددين وكنتيجة لذلك يظل المجتمع تقليدياً. وفى معظم المجتمعات الحديثة فإن معايير المجتمع تفضل التجديدات، ويصبح القادة والأتباع فى الشبكة لديهم قابلية للتجديد وفى المجتمعات التى تعايش المرحلة الانتقالية وتجمع بين التقليدية والعصرية، وحيث التحديث يأخذ طريقة، يقع الانقسام، ويتولى قادة الرأى قيادة الشبكات الشخصية ناحية التغيير من خلال تجريب الأفكار الجديدة. وفضلاً عن معايير النسق الاجتماعى، فإن الأمر يتوقف أيضاً على طبيعة الموضوعات أو الأفكار الجديدة المرغوب إدخالها إلى البيئة فكلما كان الموضوع أو الفكرة الجديدة يحيطها الشكوك، وأقل قبولاً لاتجاهات ومعايير الجماعة كان قادة الرأى أكثر نفوراً وأقل حماساً لترويج هذه الفكرة والعكس يصبح صحيحاً أيضاً فى هذه الحالة.

وتثير طبيعة الموضوعات هنا تساؤلاً حول درجة التعددية أو الأحادية فى قيادة الرأى، والتعددية هى الدرجة التي يعمل فيها الفرد كقائد رأي لمختلف الموضوعات لكل أعضاء الشبكة الاجتماعية وأنها عكس الأحادية التى هى اتجاه الفرد فى الشبكة للعمل كقائد رأى لموضوع معين وتشير البحوث الميدانية فى هذا الشأن إلى أن تعددية قيادة الرأى مسألة تتفاوت بتفاوت الموضوعات التى يقاس قيادة الرأى حولها، وذلك بصرف النظر عما إذا كان النسق الاجتماعى متطوراً أم لا. فقد يمارس قادة الرأى فى بعض الأحيان تأثيرهم فى أكثر من مجال أو موضوع، وفى موضوعات أخرى كان تأثيرهم أقل أو أكثر تعددية، وهكذا مما يشير إلى أن الأمر يتوقف على طبيعة الموضوعات المطروحة فى المقام الأول.

فإذا تجاوزنا شكبة الاتصال الشخصى الطبيعى التى يلعب فيها قادة الرأى دور «الكوبرى» أو «القنطرة» فى تجميع وتوزيع المعلومات عبر شبكتهم

الشخصية، إلى شبكة الاتصال الشخصى المنظم أو الرسمى، وحيث تنشأ هذه الشبكات بصورة رسمية ومقصودة بهدف إدخال أو ترويج معلومات عبر النسق الاجتماعى، فإننا نجد هنا أن وكيل التغيير يلعب الدور المحورى الذى يلعبه قادة الرأى الطبيعيون فى شبكة الاتصال الشخصى[٦]، والفرق بين وكيل التغيير وقادة الرأى أن وكيل التغيير يمارس دوره بصورة هادفة وعمدية ويبادر دائماً كإحدى مهامه بالاتصال بالآخرين لتوصيل أفكاره والتأثير على مواقف الاخرين، فى حين أن قائد الرأى يمارس دوره بحكم نفوذه ومكانته الطبيعية فيقصد الآخرين أو يقصده الآخرون لتبادل المعلومات معه وبطريقة تلقائية. وبينما نجد أن علاقة وكيل التغيير الاتصالية ببقية أعضاء التنظيم الاجتماعى تتسم فى معظم الأحوال بعدم التجانس أو البعد الاجتماعى والثقافى وحتى المكانى فى بعض الأحيان، نجد أن قادة الرأى من البيئة ذاتها، وتتسم علاقاتهم الاتصالية بالتجانس والقرب الاتصالى إلى حد كبير. وفى أحيان كثيرة قد يستعين وكيل التغيير بقادة الرأى أو ذوى النفوذ بالمنطقة لمساعدته فى ترويج أفكاره عبر شبكتهم الاتصالية.

ويطلق مصطلح وكيل التغيير على مجموعة واسعة من المهن المختلفة، المعلمون، المستشارون، العاملون فى الصحة العامة، المرشدون الزراعيون، أئمة المساجد، الدعاة، العاملون فى مجال التنمية.. إلخ. كل هؤلاء يمكن أن يكونوا وكلاء تغيير يوفرون شبكة اتصال منظمة بين جهة التغيير وأعضاء المجتمع المعنى، وتتحدد المهمة الرئيسية لوكيل التغيير فى تسهيل تدفق الأفكار والمعلومات من جهة التغيير للأفراد المعنيين، ولكى تكون هذه الشبكة الاتصالية مؤثرة، ينبغى أن تكون الأفكار والموضوعات التى تحملها أو تتداولها متسقة بطريقة تتفاعل مع احتياجات الأفراد ومشكلاتهم وأن يتدفق رد الفعل أو التغذية المرتدة من أعضاء المجتمع عبر وكيل التغيير إلى الجهة المعنية بالتغيير لكى يكون الارتباط فاعلاً، ويفضى إلى تكيف مناسب طبقاً لمدى النجاح أو الفشل المتحقق.

ويرى خبراء الانتشار، أن واحدة من المهام الرئيسية لوكيل التغيير هى بناء علاقة اتصال قوية وفعالة فى النسق الاجتماعى المعنى بالتغيير، حيث ينبغى لوكيل التغيير تنمية مصدر معلومات مع أعضاء التنظيم، وتعزيز علاقاته مع الأفراد من خلال خلق المصداقية فى كفاءته، والثقة والتعاطف مع احتياجات

الأفراد ومشاكلهم. ومادام وكيل التغيير يسعى للتأثير على سلوك الأفراد، وكما هو معروف، فإن تأثيرات شبكة الاتصال الشخصى الطبيعى تعد مهمة للغاية وبالذات فى تحقيق الإقناع وقبول التغيير بينهم، ومن ثم فإن وكيل التغيير ينبغى عليه أن يعمل فقط بصورة غير مباشرة هنا مع قادة الرأى لتنشيط الشبكات المتجانسة. وعندما يتحقق ذلك، أى الربط بين شبكات الاتصال الشخصى المنظم وغير المنظم، فإن فعالياتها تصبح مؤكدة فى تحقيق أهداف الاتصال فى مجال التغيير.

ثانيا: خصائص شبكة الاتصال الشخصى :

وأياً كانت طبيعة شبكة الاتصال الشخصى، وسواء أكانت هذه الشبكات رسمية أو طبيعية. فإنها تتسم بمجموعة من السمات من المفيد إبراز أهمها فيما يلى:

١- أن شبكة الاتصال الشخصى. شبكة غير مرئية، أو ملموسة[٧] كما هو الحال مع شبكات الطرق، أو التليفونات أو الكهرباء . . إلخ. ومع ذلك، فإن المعلومات يتم تناقلها عبر هذه الشبكة ولنضرب مثلاً لذلك، أحد الأفراد له صديق أصيب شقيقه فى حادث سيارة، ولأن الإصابة كانت شديدة والحالة خطيرة، وتتطلب علاجاً متقدماً، والأسرة غير قادرة على عمل الترتيب اللازم لنقله للعلاج بالخارج، فقد اتصل هذا الفرد بصديق له يعمل جراحاً فى أحد المستشفيات، الذى اتصل بدوره بأحد الزملاء المعارف الذى قابله فى الخارج خلال أحد المؤتمرات، الذى اتصل بدوره بأحد المستشفيات المتخصصة فى لندن، ورتب معهم إجراءات دخول ورعاية الحالة، وهكذا عبر هذه السلسلة من الاتصالات، تحدث الأفعال أو تسرى المعلومات من خلال سلاسل متشابكة من الاتصالات الشخصية غير المنظورة. وقد تتم هذه السلسلة كما هو واضح عبر اللقاءات المباشرة وجهاً لوجه، أو من خلال اللقاءات غير المباشرة وعبر وسيط قد يكون جهاز التليفون، أو البريد الأليكترونى. . أو الفاكس أو خطابات البريد. . إلخ.

٢- تمتد الشبكات الشخصية حيثما توجد علاقات اتصالية مع الأفراد الجدد، وتتقلص حيثما تضعف أو تنتهى العلاقات القائمة. وبعض العلاقات فى الشبكات الشخصية تعد قريبة ومكثفة جداً كما هو الحال مع العديد من الروابط الأسرية أو العائلية، والبعض الآخر من هذه العلاقات يعد أقل قرباً وكثافة

مثلما هو الحال مع العديد من المعارف الاجتماعية أو المهنية. كذلك، فإن بعض الروابط الشخصية تستمر لمدة طويلة كروابط القربى، وأصدقاء العمر، وزملاء المهنة، والبعض الآخر يعد أكثر حداثة وانتقالية، مثلما هو الحال مع بعض الصداقات التى قد تقام أو تلغى خلال مشوار حياة الفرد، وهو أمر يشير إلى مدى التغيير الذى قد يطرأ باستمرار على الشبكات الشخصية بمرور الزمن فتتسع الشبكة وتضيق من حيث الحجم. كما قد تتغير مواقع وأدوار مكونات الشبكة مثلما قد يطرأ تغيير على موقع وأداء الشخص البؤرى أو المحورى، أو ما يطلق عليه قادة الرأى فى الشبكة، وذلك بفعل دخول متغيرات عدة منها تغيير الظروف الاجتماعية وانفتاح البيئة على العالم الخارجى، وارتفاع مستويات التعليم. وتبدل الأدوار.. إلخ.

٣- أن التفاعلات الشخصية عنصر فاعل فى بناء شبكة الاتصال الشخصى بالمقارنة ببقية شبكات الاتصال الأخرى [٨]، وهى أيضاً المحك الذى يمكن الاعتماد عليه فى فهم وتحليل اتجاه تدفق المعلومات عبر هذه الشبكة حيث يكشف التفاعل هنا عن طبيعة العلاقة الاتصالية. فالتفاعل المتبادل والمتناغم بين طرفى العلاقة يشير إلى إمكانية سريان المعلومات فى اتجاهين فى حين أن التفاعل غير المتساوى أو المتناغم يشير إلى سريان المعلومات من الطرف الأقوى والذى يحوز المعلومات وتتزايد قدراته الاتصالية إلى الطرف الاخر الذى يلعب هنا دور المتلقى. وإذا كان الاتصال فى الحالة الأولى، أى حالة الاتصال المتناغم ينشأ كثيراً ويتكاثر - كما أشرنا من قبل- بين جماعة الجيران، الأصدقاء، زملاء العمل.. إلخ حيث يقع التفاعل المتكافئ بفعل القرب الاجتماعى والمكانى، وما يتطلبه هذا التفاعل من مجهود أقل، فإنه فى المقابل، يعد محدود القيمة فى نقل المعلومات الجديدة. فى حين أن الحالة الثانية والتى تتسم فيها العلاقة التفاعلية بعدم التناغم وبوجود الفجوة الاجتماعية والمكانية، تتزايد قدرتها على حمل المعلومات المفيدة للفرد عضو الشبكة.

٤- تتميز شبكة الاتصال الشخصى، بالتبادلية والتعددية، وتشير التبادلية هنا إلى الفهم المشترك لطبيعة العلاقة أو إلى الاتفاق على وجود أو قوة العلاقة بين أعضاء الشبكة المتصلين، وتعد هذه السمة من الأهمية بمكان لأنها تكشف عن مدى تكرار العلاقة الاتصالية التى تميز الشبكة كقناة لنقل المعلومات وتبادلها، عن التفاعلات الروتينية العابرة التى تحدث فى مجرى الحياة اليومية، وطبقاً

لذلك، فإذا أقـر عضـوا الشبكة أو طرفـا التفـاعل، بأنهمـا كثيـراً ما يتـصلان ببعضهما البعض، فإن تبادليتهـما تكون عالية، وإذا أقرا بأنهما نادراً ما يتصلان ببعضـهما البعض، فإن تبادليـهما تكون عالية أيضاً، ولكـن إذا أقر أحد الأفراد بأن الاثنين يتصلان كثيراً، والآخر أقر بأنهما نادراً ما يتصلان فإن تبادلية الاثنين تكون منخفضة حيث إنهما فى هذه الحالة لا يخبران نفس العلاقة. كـما تشير التعددية التى تميز شـبكة الاتصال الشخصى إلى إمكانية وجود أكـثر من علاقة تربط أى مـجمـوعة مفـترضـة من الأفراد. فـلا ينصرف الأمـر على العـلاقة الأحادية بين فردين ولكن يمكن أن يرتبط الفرد الواحد بمجموعة من العلاقات مع أفراد آخـرين، فالفرد (أ) قد يرتبط بعـلاقة اتصالية مع الفـرد (ب) والفرد (جـ) والفرد (د) وهكذا. ولعل مسـمى شبكة نابع أساساً من تعـدد العلاقة، وإلى إمكانية تناقل المعـلومات بين أكثر من فـرد ممن يرتبطون معاً بفـعل القرب الاتصالى الناجم كما أوضحنا من قبل عن القرب الاجتماعى أو المكانى.

٥- تتسم شبكة الاتصال الشـخصى بالتمفصل[٩] والتمفـصل هنا يشير إلى جـانبـين: الأول التـمـفصل الـذاتى أو الداخلى للشـبكة الواحـدة، والثـانى التمفصل الخارجى أى إمكانية الارتبـاط بالشبكات الأخرى. والتمفصل الذاتى أو الداخلى يشـيـر إلى الوظائف والأدوار التى يـقوم بهـا الأجـزاء المخـتلفـة للشبكة. فهناك وظيفة العضو التى تتحدد طبقاً لجدارته الاتصالية، والدور الذى يقوم به فى مجـال تدفق المعلومات بين أعضاء الشـبكة. ووظيفة الربط، وهى المهمـة التى يتم من خلالهـا ربط أعضاء الشـبكة أو المجموعـات داخل الشبكة معـاً. ويطلق أحياناً على هـؤلاء الأفراد «الكبارى» عندمـا يقومون بمهـمة ربط المجموعات داخل الشبكة أو نقاط الاتصال المتبادل، إذا قاموا بربط المجموعات داخل الشـبكة بتلك التى لا ينتـمون إليـها. ووظيـفة التـجمـيع، وتطلق على الأفراد الذين تتـكاثف لديهم خطوط الارتباط ويشكلون بذلك نقـاط للتجـميع والتوزيع، ووظيـفة العـزل، وتطلق على هؤلاء الأفراد الذين لا تتـوافر لديهم خطوط كثيرة وعلاقتهم محدودة ببقية أعضاء الشبكة. وأخيراً وظيفة الاحتكاك أو التخـوم وهى المهمة التى يقوم بهـا بعض الأفراد لربط الشبكة التى ينتـمون إليها بالبيئة الخارجية.

وعلى مستوى التـمفصل الخارجى فإن شبكة الاتصـال الشخصى ترتبط من خـلال نقاط الاحـتكاك أو كمـا يطلق عليهـا أحيـاناً مـفاتيح الشـبكة بقنواتِ

الاتصال الأخرى، التى تشكل منابع لتغذية الشبكة بالمعلومات المهمة وأيضاً لنقل المعلومات المتدفقة من الشبكة إلى هذه القنوات أو الشبكات وأياً كان الأمر، فإن تمفصل الشبكة يعد مهماً للغاية فى مجال تحليل الشبكة وفهم أدائها العام فى مجال تدفق المعلومات حيث تعد عناصر حجم الشبكة (الأعضاء) والكثافة (الارتباط) والتمركز (التجميع) والوصولية (الاحتكاك الخارجى) عناصر فاعلة لقياس ووصف خصائص شبكات الاتصال الشخصى.

٦- بعض الشبكات الشخصية تتضمن تشكيلة من الأفراد الذين يتفاعلون مع بعضهم البعض، ويشكل هذا ما يسمى بتعاشق الشبكات الشخصية، وعلى النقيض من ذلك، فإن الشبكات الشخصية، نصف القطرية أو غير المتعاشقة، تتضمن تشكيلة من الأفراد غير المتفاعلين مع بعضهم البعض، وهذه الشبكات الأخيرة، أكثر انفتاحاً (تعنى الانفتاحية هنا درجة تفاعل الوحدة مع بيئتها) وهكذا تسمح للشخص البؤرى أو المحورى بتبادل المعلومات مع بيئة أوسع، وهى بذلك تعد بالغة الأهمية بصفة خاصة فى نشر التجديدات، حيث تمتد خطوطها وتتوغل داخل النسق الاجتماعى. بينما نجد أن الشبكة غير المفتوحة أو القطرية المتعاشقة، أكثر انغلاقاً وتوجهاً نحو الداخل فى طبيعتها مما يضعف من قدرتها على نشر المعلومات داخل النسق الاجتماعى.

ثالثاً: تدفق المعلومات عبر الشبكة الشخصية :

وأياً كانت طبيعة شبكات الاتصال أو سماتها، فإنه من المفيد التعرف على آليات تدفق المعلومات عبر هذه الشبكات، والوقوف على طبيعة المؤثرات التى تحد أو تسهل من هذا التدفق عبر النسق الاجتماعى الذى تعمل فى إطاره الشبكات الشخصية وهنا يمكن مناقشة عدد من المفاهيم المهمة فى هذا المجال، وتتمثل هذه المفاهيم فى التجانس وعدم التجانس، القرب الاتصالى، طاقة الشبكة، تنافر المصادر، الاحتذاء الاجتماعى، والقيود الثقافية.

١- التجانس وعدم التجانس فى خطوط الشبكة:

يثير الحديث عن تدفق الاتصال عبر الشبكة الشخصية التساؤل حول من ينقل الأفكار والمعلومات إلى من؟ ويمكن أن تتضح الإجابة على مثل هذا التساؤل عبر مفاهيم التجانس وعدم التجانس، والحقيقة المعروفة فى الاتصال الإنسانى، هى أن نقل الأفكار والمعلومات يحدث كثيراً، فى أغلب الأحوال

بين الأشخاص المتجانسين أو المتماثليـن. والتجانس هو الدرجة التى يصبح فيها طرفا التـفاعل متـشابهين فى بعض الصـفات مثل المعـتقدات، التـعليم، المركز الاجتماعى. . إلخ.

ومع ذلك، فإن أهمـية التـجانس لا تكمن فـقط فى مجال نقـل أو ترحيل الرسـائل، ولكن أيضاً فى تحـديد فاعليـة التفـاعل بين طرفى الاتصال المـصدر والمتلقى، فعندما يكون طرفـا الاتصال فى وضع متجانس أى يشتـركان معاً فى المعانى العـامة واللغة والمعـتقدات نتـيجة للتـقارب الثقـافى والاجتمـاعى، فإن الاتصال بيـنهما من المحـتمل أن يكون أكـثر سـهولة وتأثيراً، ومـن هنا نجد أن معظم الأفراد يرتاحون كـثيراً للتفاعل والحوار مع نظرائهم ممن يتشـابهون معهم تماماً فى حين يتطلب الحـوار والحديث مع نظرائهـم غير المتـشابهـين معـهم، مجهوداً أكبر لكى يكون الاتصال مؤثراً، حـيث كثيراً ما يحدث التنافر الإدراكى بين طرفى الاتصال غير المتجانسين.

وإذا كان التـجانس بين طـرفى الاتصال يسـاعد فى تقـريب الفهم وسـهولة التفـاعل، فإن للقـضيـة وجهـاً آخر فى مجـال تدفق المعلومات حـول الأفكار الجديدة داخل النسق الاجـتماعى، حيث يرى خـبراء الانتشار أن التـجانس فى هذا المجال يمكن أن يكون عـائقاً غيـر مرئى لتدفق التـجديدات(١٠). فالأفكار الجديـدة عامـة، تنبع من الأفراد ذوى المراكـز العليا أو الأكـثر إبداعـاً. ويعنى ذلك، وطبقـاً لمفهوم التجـانس المشار إليه آنفاً، فـإن هذه الأفكار لن تنتقل إلى الفئات الأدنى، أو الأفراد من غير الصفـوة حيث تعمل أنماط الانتشار المتجانس على ترويج الأفكـار الجديدة أفـقـيـاً أكـثـر من عـملهـا رأسـيـاً داخل النسق الاجتماعى. وبالتـالى يعمل التجانس على تخفيض مـعدل الانتشار، ولعل فى ذلك، ما يدفع مروجى الأفكار الجديدة للعمل مع مجـموعات مختلفة من قادة الرأى على امـتداد البناء الاجـتمـاعى، أمـا إذا اتسم النسق الاجتـماعى بعـدم التجانس فإن جهود التغيير قد تركز على فرد أو عدد قليل من قادة الرأى الأكثر قربًا مـن قمـة البنـاء الاجتـماعى ويشكلون مـراكز أو كـبارى اتصـال مع غـير المتجانسين اجتماعيا.

وكما أشرنا من قبل، فإن شبكات الاتصال الشـخصى فى معظمها متجانسة. فنادراً ما يقوم الأفراد الذين يشـغلون مراكز اجتماعية عليا بالـتفاعل المباشر مع هؤلاء الأدنى فى المركز الاجتماعى، والفرد المبدع أو المجدد نادراً ما يتحدث مع

الفرد بطىء الفهم أو الأقل إبداعا. كما أن المتعلم حامل الشهادة العليا قليلا ما يتفاعل مع الأمى وهكذا.

وعلى الرغم من أن النمط المتجانس فى الانتشار الشخصى يعمل على التقليل من سرعة نشر التجديدات داخل النسق ، فإنه أيضا قد يكون له بعض الفوائد أحيانا فقائد الرأى من ذوى المركز العالى ربما يكون المثل أو النموذج غير المناسب لشخص ما من المراكز الدنيا، ومع ذلك، فإن التفاعل بينهما ربما يكون مفيداً للأخير. ففى دراسة أجراها أحد الباحثين على المجتمع الزراعى فى هولندا، وجد أن (٣٪) فقط من قادة الرأى يمتلكون أصغر من (٥٠) أكر، ولكن (٣٨٪) من كل المزارع فى المجتمع كانت أصغر من (٥٠) أكر. القرار العقلانى للمزرعة بالنسبة للمزارعين الكبار كان شراء معدات المزرعة الميكانيكية مثل الروافع وآلآت الحليب... إلخ كبديل للعمالة المرتفعة الأجر. فى حين أن الإختيار الاقتصادى الأفضل لهؤلاء الذين يملكون مزارع صغيرة كان هو تجاهل المعدات غالية الثمن ، والتركيز على زراعة البساتين أو الزهور. ومع ذلك ، فقد تلاحظ أن المزارعين الصغار يتبعون القدوة أو المثل من قادة الرأى ممن لديهم مزارع كبيرة حتى ولو كانت أوضاعهم مختلفة.

وقد قدم «روو» و«روجرز» عام ١٩٨٠ توضيحاً لأثر التجانس وعدم التجانس فى شبكة الانتشار(١١) . ففى دراسة لهما بقريتين من القرى الهندية، قرية تقليدية وأخرى متطورة. كانت شبكة الانتشار لزراعة صنف جديد من الأرز أكثر تجانسا فى القرية التقليدية. وقادة الرأى هنا كانوا الأكبر سنا ولديهم معرفة بسيطة بالقراءة والكتابة. وفى المقابل، فإن قادة الرأى فى القرية المتطورة، كانوا الأصغر سنا، ومن ذوى التعليم المرتفع ويحظون بمركز اجتماعى مرموق فى الطائفة التى ينتمون إليها. وقد تلاحظ خلال الدراسة، أن خطوط شبكة الاتصال الشخصى كانت متجانسة إلى أقصى حد على مستوى الطائفة بالقرية التقليدية، ولكن فى القرية المتطورة، فإن زراعة الصنف الجديد للأرز بدأ بقمة البناء الاجتماعى، وانتشر إلى أسفل عبر خطوط الطائفة من خلال علاقات الشبكة غير المتجانسة.

وقد سعى «روجرز» إلى صياغة مجموعة من الافتراضات التى تحدد سمات القيادة والأتباع عند درجة معينة من عدم التجانس، ويمكن بلورة هذه الافتراضات فيما يلى: (١٢)

١ـ عندما تكون شبكة الانتشار الشخصية غير متجانسة، فإن الأتباع يسعون إلى قادة الرأى من ذوى المراكز الاقتصادية الاجتماعية العليا.

٢ـ عندما تكون شبكة الانتشار الشخصى غير متجانسة ، فإن الأتباع يسعون لقادة الرأى الأكثر تعليما.

٣ـ عندما تكون شبكة الانتشار الشخصى غير متجانسة ، فإن الأتباع يسعون لقادة الرأى الأكثر تعرضا لوسائل الاتصال الجماهيرى.

٤ـ عندما تكون شبكة الانتشار الشخصى غير متجانسة ، فإن الأتباع يسعون لقادة الرأى الأكثرانفتاحا على العالم الخارجى.

٥ـ عندما تكون شبكة الانتشار الشخصى غير متجانسة ، فإن الأتباع يسعون لقادة الرأى الأكثراتصالاً بوكيل التغيير.

٦ـ عندما تكون شبكة الانتشار الشخصى غير متجانسة ، فإن الأتباع يسعون لقادة الرأى الأكثر تجديداً.

وتشير هذه الأفتراضات الستة إلى اتجاه للبحث عن المعلومات والنصيحة من قادة الرأى الذين ينظرون إليهم بإعتبارهم الأكثر كفاءة وتأهيلا من ذواتهم. وهكذا فعندما يوجد عدم التجانس، فإن الإتجاه يكون ناحية الأكثر كفاءة فنيا على ألا تكون الفجوة واسعة جداً فى هذه الحالة، ومع ذلك، ينبغى عدم تجاهل النمط العام، وهو أن التجانس فى الانتشار الشخصى يعنى أن الأتباع معروفون لقادة الرأى ويتعلمون منهم الدروس المناسبة عن التجديدات عبر خطوط الارتباط بالشبكة مع النظير القريب من قادة الرأى ، وأن هذا التجانس فى خطوط الارتباط يعوق من نفاذ التجديدات رأسياً عبر النسق الاجتماعى.

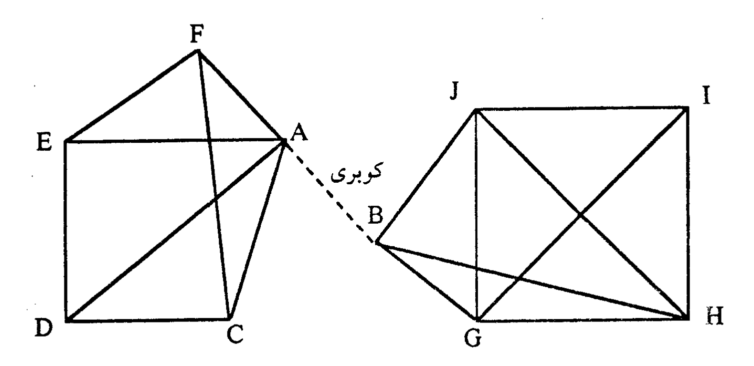
٢ـ القرب الاتصالى:

تظهر المناقشة السابقة عن التجانس وعدم التجانس فى خطوط الشبكة ، ان عدم التجانس فى هذه الخطوط مفيد فى مجال انتشار الأفكار الجديدة رأسيا فى النسق الاجتماعى. وإن كانت هذه الخطوط ضعيفة من الناحية التأثيرية. وفى حين أن التجانس مع أنه الأكثر تأثيرا بفعل التماثل إلا أنه معوق فى مجال تدفق المعلومات رأسيا فى المجتمع. وقد أفضت فكرة تصنيف خطوط الشبكة طبقا لقدرتها على نقل المعلومات إلى ظهور ما يسمى بنظرية **قوة الروابط الضعيفة**(١٣) ومؤدى هذه النظرية، أن الأفراد عادة ما لا يحصلون على

المعلومات الجديدة عن فرص العمل أو السفر، أو الاستثمار... إلخ من خلال الأفراد المقربين لهم فى شبكة الاتصال أو الذين يرتبط معهم الفرد بعلاقات اتصال قوية مثل الأسرة وجماعة الأصدقاء وزملاء العمل... إلخ، وإنما يحصل فى الغالب الأعم على مثل هذه المعلومات من خلال الروابط الضعيفة كصديق قديم أو موظف أو زميل عمل سابق، وحيث يقع التفاعل مع مثل هؤلاء بشكل متقطع وبالمصادفة .

ففى دراسة أجراها «جرانوفتر» عام ١٩٧٣ ، بإحدى المدن الأمريكية. (١٤) حول الطريقة التى يحصل من خلالها الناس على الوظائف الجديدة، وطبقت على عينة بلغت (٢٨٢) مبحوثا من الذين حصلوا على وظيفة جديدة خلال العام السابق على الدراسة، وجد الباحث أن معظم أفراد العينة سمعوا عن وظائفهم من أفراد من غير نظرائهم. فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار من أفراد العينة إلى أنه سمع عن وظيفته من خلال الأصدقاء والمقربين عن (١٧٪) من إجمالى العينة. وقد تأكدت هذه النتائج فى دراسات «لانجلوس» عام ١٩٧٧ ، و«لين وآخر» عام ١٩٨١ و«فريدكن» عام ١٩٨٠ ، حيث تبين لدى هؤلاء الباحثين، أن المعلومات عن الوظائف الجديدة لدى أفراد العينات المبحوثة، جاءت فى معظمها من غير الأصدقاء المقربين وخلصوا فى ذلك إلى أن للروابط الضعيفة فى شبكة الانتشار الشخصى قدرات كبيرة فى تدفق المعلومات عن هذه الوظائف فى حين أن الروابط القوية كانت الأضعف فى هذا المجال.

وقد قدم «روجرز» شرحا للأسباب التى تجعل الروابط الضعيفة أكثر أهمية من شبكة الروابط القوية (١٥) حيث أوضح أن الأصدقاء المقربين للفرد نادراً ما يعرفون كثيرا بخلاف ما يعرفه الفرد، وما داموا أصدقاء مقربين، فإنهم عادة ما يشكلون مجموعة قريبة ملتحمة. هذا الوضع المغلق أو المتجه نحو الداخل ، يعد شبكة ضعيفة جدا، لا لتقاط المعلومات من البيئة. وتصبح المعرفة الشخصية الأكثر بعدا ، أكثر إفادة فى الحصول على مثل تلك المعلومات. ويوضح الشكل التالى تصور روجرز لهذه العملية:



خطوط الشبكة منخفضة القرب (B-A) تعد قنوات مهمة لتدفق المعلومات بين المجموعات في الشبكة.

ويبدو من الشكل السابق، أن خط الارتباط من الفرد (A) إلى الفرد (B) له قرب اتصالى منخفض، حيث لا يوجد تداخل بين شبكات الاتصال الشخصى للفردين (A) و(B) هذا الربط الإتصالى يؤدى وظيفة محورية فى تدفق المعلومات فى هذه الشبكة وطبقا لنظرية «جرانوفتر» عن قوة الروابط الضعيفة، فإن القرب المنخفض خط (B-A) يعد قوياً فى إمكانياته فى حمل المعلومات بين المجموعات غير المتشابهة. ومن ثم تلعب دوراً حيوياً فى نشر التجديدات.

وهكذا، فإن الرابطة الضعيفة ، تعد بمثابة كوبرى يربط بين اثنين أو أكثر من المجموعات. وإذا تحركت هذه الرابطة، فإن النتيجة هى وجود شبكة اتصال منفصلة. ومع أن الرابطة الضعيفة لا تعد فى الغالب مسلكا معتاداً لتدفق الاتصال، إلا أن المعلومات التى تتدفق خلالها لها أهميتها للأفراد، وللنسق الاجتماعى. وأن درجة ما من عدم التماثل ينبغى أن توجد فى خطوط الشبكات لكى يحدث الربط وتدفق المعلومات الجديدة بينها. وقد وجد «داف» و«ليو» عام ١٩٧٥، أن فكرة تنظيم الأسرة انتشرت بسرعة كبيرة بين أفراد الشبكات الصغيرة لربات البيوت فى الفلبين لكن هذه الفكرة لم تنتشرعبر المجتمع الأكبر، إلا من خلال الروابط الضعيفة التى نقلت المعلومات عن وسائل منع الحمل من شخص مرتبط بقوة فى شبكة حميمة إلى أخرى، وتبين بوضوح للباحثين أن الروابط الضعيفة كانت دائماً متجانسة من حيث المركز

الاقتصادى والاجتماعى.

وخلص «روجرز» من دراسته لشبكات الانتشار إلى أن إمكانية تبادل المعلومات عبر خطوط شبكة الاتصال الشخصى مرتبطة بدرجة القرب الاتصالى والتماثل، وأن خطوط عدم التماثل للقرب المنخفض (نظرية الروابط الضعيفة) مع أنه نادراً ما يبدو أنه يلعب دوراً محورياً فى تدفق المعلومات. هذه المعلومات ربما تكون فاعلة لو تضمنت التقييم الشخصى للتجديد من خلال الشخص الذى تبناها تواً.

ومع ذلك، وبينما توجد قوة الرابطة الضعيفة فى الشبكات التى تنقل المعلومات عن الأفكار الجديدة فإنه يمكن أن توجد أيضاً، قوة الرابطة القوية فى الشبكات التى تنقل التأثير الشخصى، ففرص التأثير المحتمل لروابط الشبكة التى تضم الأصدقاء المقربين للفرد، ربما تكون أقوى من فرص تأثير الروابط الضعيفة للفرد، والتى نادراً ما يحدث تكرار اتصالها. وبالرغم من ذلك، يظل الأمر فى حدود الاحتمالات وفى حاجة إلى المزيد من البحوث والتأكيدات، حيث يوجد لدينا تصور، أن فرص التأثير فى حالة الرابطة القوية والضعيفة قد تكون متساوية، على الأقل لأن الشخص المرتبط بشدة بأمثاله فى شبكة محكمة تتمتع بقرب اتصالى مرتفع، ربما نادراً ما يبذل تأثيراته المحتملة، بفعل التجانس أو التماثل، ويبقى الأمر فى تقديرنا متوقفاً على طبيعة الموضوعات والأفكار المطروحة والسياق الاتصالى الذى يحدث فيه التفاعل، ومدى التأييد فى البيئة للأفكار المطروحة.

٣- الاحتذاء الاجتماعى:

الاحتذاء أو التقليد، هو جوهر عملية تدفق المعلومات عبر شبكة الاتصال الشخصى وتلعب الخبرة الاتصالية مع الأفراد المتشابهين الذين تبنوا الأفكار الجديدة دورها الهام فى هذا المجال، ولكى يحدث الاحتذاء الاجتماعى وبالتالى تناقل المعلومات، وأنماط السلوك ينبغى على الشخص البؤرى فى شبكة الاتصال أن يكون أولاً على دراية بسلوك الفرد الآخر فى الشبكة ذاتها والذى تبنى التجديد المحتذى. وهنا يثار تساؤل عن مدى إدراك الشخص البؤرى بسلوك التجديد لمختلف الأشخاص الآخرين فى الشبكة، والذين هم على درجات مختلفة من القرب الاتصالى بالشخص البؤرى. وعلى سبيل المثال،

فقد نتوقع أن يكون الشخص البؤرى على دراية بسلوك التجديد للشخص الذى يدخل معه فى ارتباط مباشر فى الشبكة أو الذى يقع بينهما كثير من الاتصال، ولكن ماذا عن الشخص الذى يبتعد قليلاً أو كثيراً عن الشخص البؤرى وتقل معدلات الاتصال بينهما؟

وقد سعى عدد من الباحثين للإجابة على هذا التساؤل البحثى المهم، فقد وجد «لى» (Lee) عام ١٩٧٧ : أن النساء فى القرى الكورية تبدو وكأنها كانت متأثرة بسلوك التجديد للنساء الأخريات الذين هن على ارتباط مباشر معهن وبهؤلاء اللائى كن مرتبطات عبر وسيط، ولكن بخلاف هاتين الخطوتين من الارتباط فى الشبكة فلا يقع الاحتذاء الاجتماعى(١٦) .

وقد توصل «فريدكن» Friedkin عام ١٩٨١، إلى نتيجة مشابهة (١٧). فى دراسته التى سعى من خلالها للوقوف على حجم شبكات الاتصال الشخصى التى من خلالها يتدفق تأثير التجديد، وذلك من خلال تتبع تأثيرات عالم على عمل عالم آخر فى ستة أقسام جامعية، وأظهرت الدراسة أن الملاحظتية تلعب دورها الفاعل فى شبكة الانتشار، وكانت أقوى ما تكون لدى الأشخاص الذين هم على اتصال مباشر مع الفرد البؤرى أو الذى لديه على الأقل صديق مشترك. وخلص الباحث إلى أن العلماء الذين كانوا مرتبطين على الأقل بخطوتين من التدفق حدث لديهم احتذاء اجتماعى.

وهكذا، يجرى نقل الأفكار، وألوان السلوك المختلفة عبر الشبكات الشخصية من خلال التقليد والمحاكاة، فكل فرد يتخذ قراراته الخاصة، ليس فقط على أساس خبرته الخاصة، ولكن فى جانب على أساس ملاحظة أو الحديث عن تجارب الآخرين، وكلما كان الشخص البؤرى فى شبكة الاتصال الشخصى يتمتع بالتقدير والاحترام، وموضع ثقة من جانب المحيطين من أعضاء الشبكة تزايد الإقبال على محاكاته وتبنى آرائه المختلفة. ومع ذلك فقد يقل التقليد والمحاكاة، ويضعف تدفقه إلى حد كبير عبر الشبكة إذا ما انعدمت الثقة واتسعت الفجوة المادية أو الاجتماعية بين الشخص البؤرى وبقية أعضاء التنظيم الاجتماعى.

٤- سعة الشبكة :

شبكة الاتصال الشخصي شأنها شأن كل الشبكات لها طاقة أو قدرة استيعابية معينة، وأي زيادة أو تحميل مفرط قد يؤدي إلى تدمير خطوط الشبكة أو توقفها عن العمل، كما أن التوظيف الأدنى لخطوط هذه الشبكة، قد يؤدي إلى إضاعة الوقت أو ارتفاع التكلفة بدون طائل. وقد تشهد شبكات الانتشار الشخصي تدفقاً زائداً للمعلومات مثلما يحدث في حالات الأزمات الكبرى، أو الرغبة في إدخال تجديدات عدة في زمن قياسي، في مثل هذه الحالات، فإن المعلومات الزائدة عن الحد قد تضعف من عملية التدفق السلس. لأن قدرة الأفراد الداخلين في خطوط الشبكات على استيعاب وفهم كل ما يرد أو يروج من معلومات وأفكار تصبح محدودة جداً، بل قد تؤدي إحاطة الفرد بالعديد من الأفكار وفي وقت واحد إلى نفور الفرد من هذه المعلومات، وإلى إثارة شكوكه حولها، وبالتالي التأثير على التدفق السلس للمعلومات عبر خطوط الشبكة. . وعلى العكس، كلما كانت المعلومات واضحة ومحدودة، وتتمحور حول موضوع واحد، فإن قدرة الأفراد على استيعاب وتشرب هذه المعلومات تصبح عالية. كما أن احتمالات تناقلها من فرد إلى آخر عبر سلسلة الشبكة تصبح عالية أيضاً.

كذلك، فكلما تزايد عدد الوصلات، التي تربط بين المجموعات المختلفة في الشبكة، أثر ذلك بشدة ليس فقط على سرعة تدفق المعلومات، ولكن أيضاً على توجيه وتحريف هذه المعلومات، وكما أشرنا من قبل، فكلما ابتعد عضو الشبكة عن الشخص البؤري قل الاحتذاء الاجتماعي أو معدل تبني التجديد. وهو أمر يوضح أن درجة كثافة ووضوح تدفق المعلومات عبر الشبكات الشخصية يتباين في نقاط عدة من خطوط الشبكة تبعاً لطبيعة المعلومات، ومدى القرب الاتصالي في خطوط الشبكة فتتزايد كثافة وقوة التدفق بين الخطوط التي تتمتع بالقرب الاتصالي، وتقل لدى غيرها من الخطوط من ذوي الروابط الضعيفة. وكما أن الموضوعات المثيرة أو الخطيرة تصل درجة كثافة تدفقها عبر الشبكة إلى أقصى حد، في حين أن الموضوعات غير المهمة نسبياً أو تلك التي لا تتعامل مع احتياجات الأفراد ومشاكلهم، فإن قوة تدفقها قد تتوقف بعد وصلة أو وصلتين من الشبكة.

٥- تنافر المصادر :

تتعـدد وتتنوع مصادر إمـداد شبكات الاتصال الشـخصى بالمعلومـات فهناك المبدعون، وقادة الرأى ووكـلاء التغيير، والمتخـصصون، والمكاتب والوزارات، والتنقل والترحال، وقنوات الاتصـال الجماهيرى بأنواعهـا المختلفة. . إلخ[١٨] وعندما يتـسم المجتمع بعدم الاسـتقرار، أو التغـير المتسارع، فـإن هذه المصادر تنشط عـادة فى ترويج المـعلومـات عن الأحـداث الجـارية، وفى إطار تعـاشق شبكات الاتصال الشخصى، وما تتسم به من انفتـاحية فإن الشبكات الشخصية قد يجرى تغذيتـها بالمعلومات عبر تشكيلة متـباينة من هذه المصادر، الأمر الذى قد يفـضى إلى تنافـر المعلومات وبالتـالى التأثيـر على معـدل تدفقـها عـبر هذه الشبكات أو الحد من فاعلية هذه المعلومات فى النسق الاجتماعى.

فقد يعمل قادة الرأى فى المنطقة بصورة متـباينة مع جهود وكيل التغيير الذى يسعى إلى إدخال تجديد معين قد يرى فـيه قادة الرأى تهديداً لنفوذهم، وبالتالى يسعى كل منهـما إلى ترويج معلومات مـتنافرة. كما قـد تروج قنوات الاتصال الجمـاهيرى التى تخضع عـادة للتوجيه والسـيطرة من قبل الصفـوة لمعلومات، ويسـعى رجـال الإدارة المحلية أو قـادة الرأى وذوو القـوة والنفـوذ فى المناطق المختلفة إلى إثارة مـا يناقضها. ففى مـجال تنظيم الأسرة مثلاً قـد تروج أجهزة الإعلام الجمـاهيرى للمعلومات والأفكار التى تشجـع على تنظيم الأسرة والحد من الإنجاب طبقـاً للأهداف القومية فى هذا المجـال. بينما يعمل أئمـة المساجد والجماعات الدينية أو أطباء النساء والتوليد على ترويج معلومات متناقضة، وقد يزداد الموقف سوءاً، عندمـا تتنافر قنوات الاتصال الجـماهيرى ذاتها حـيال هذا الموضوع. ومن المؤكد أن تعـرض الفرد لمثل هذه المصادر المتبـاينة أو المتناقضة، قد يضعه فى حالة اللاقرار أو عـدم الفهم والشك وبالتالى الركون إلى الصمت أو عدم القدرة على توظيف المعلومات أو حتى تبادلها عبر الشبكة الشخصية.

كما أن مرونة الشبكات الشخصية وسهولة الوصول إليها واستخدامها - على عكس الحال مع القنوات الجماهيرية - يجعل هذه الشبكات أكثر حساسية وتأثراً بالمصادر المختلفـة وتباين المصالح، وبالتالى إثارة الشائعات عـبر خطوطها، وهو ما نلمسـه بصورة واضحة فيـما تتناقله شبكات الاتصال الشخـصى فى المجتمع.

المصرى فى الوقت الراهن من شائعات حول موضوع الأغذية الفاسدة أو الضارة، حيث تتنافر المعلومات فى هذا المجال عبر خطوط هذه الشبكات إلى حد كبير بفعل تباين مصالح الشركات المنتجة، والتجار، والأفراد، فضلاً عن الدور الذى تلعبه قنوات الاتصال الجماهيرى، وبالذات الصحف القومية والمعارضة فى تغذية وتدعيم هذا المصدر أو ذاك مما وضع الأفراد - كما أشرنا أنفاً فى موقع الغموض وعدم الفهم وبالتالى رفض المعلومات المطروحة أو النفور منها فى هذا المجال.

وهكذا، فإن الحاجة تصبح ملحة فى شبكات الانتشار الشخصى، كما هو الحال فى قنوات الاتصال الجماهيرى لتنظيم مصادر المعلومات أو على الأقل مراقبتها، والعمل على تحييدها فى حالة الاعتماد على القنوات الشخصية فى إدخال معلومات إلى البيئة، كما هو الحال فى الاتصال الشخصى المنظم[١٨] وعلى قائد الرأى أو وكيل التغيير، أن يعمل باستمرار على مراقبة مصادر المعلومات الأخرى، والعمل على تحييدها، وذلك من خلال التشكيك فى معلوماتها، وفى الأهداف التى تسعى إليها، فلا يمكن مثلاً الصمت إزاء الشائعة أو المعلومة أو الخبر المضاد، وإنما العمل على وقف هذه الشائعات أو الخبر بالمكاشفة والتركيز على البواعث والدوافع وراء إثارته، وهو أمر يساعد على تنظيف خطوط الشبكات وإتاحة الفرصة للمعلومات المنظمة والواضحة للتدفق بالسلاسة المطلوبة.

٦- المعايير الثقافية :

ذكرنا من قبل، أن أساس الاتصال الشخصى هو العلاقة الاتصالية، ودرجة التفاعل بين طرفى هذه العلاقة، بيد أن هذا التفاعل وتلك العلاقة لا تعمل فى فراغ، وإنما تتحدد بمجموعة من المعايير التى تختلف من بيئة حضارية إلى بيئة أخرى، تبعاً لأساليب التنشئة ونظام القيم والأعراف والتقاليد السائدة فى كل بيئة[١٩] فبداية، تؤثر الفروق العمرية على كفاءة التفاعل وعلى طبيعة العلاقة بين طرفى الاتصال. وقد تحدثنا من قبل عن القرب الاجتماعى الذى يشير هنا أيضاً إلى التقارب العمرى بين طرفى العلاقة، حيث تتزايد كثافة الاتصال من زاوية معدل التكرار والحدوث، بين فئات السن المتقاربة، كما يكتمل التفاعل

بين هذه الفئـات بصورة أفضل بفـعل الخبرات المشـتركة، والقـدرة على توليد المعانى الواحدة أثناء تبادل الرسائل.

كـمـا تتبـاين العـلاقـة الاتصالـية، بـفعـل النوع أو الجنس، فـفى بعض المجتمعـات، نجد أن العلاقة بين الرجل والمرأة يحكمها تقاليـد معينة، حيث لا يسمح مثلاً للرجال الغرباء بمجالسة النساء أو الحوار معهن على انفراد، وهو أمر يؤثر على الروابط الاتصـالية. ويـجعل اتصـال المرأة بالمرأة هو الأفضل. فـفى قرى صعيد مـصر مثلاً يصعب تطبيق البحـوث الميدانية المرتبطة بالمرأة من خلال باحثـين شبـان. كما أن الحـديث مع النساء فى المجـتمع المصرى حـول تنظيم الأسرة، والحد من الإنجاب، واستخـدام موانع الحمل يصعب إتمامه من خلال الرجال، وحيث يعد الحوار والحديث هنا مقيداً ومحصوراً إلى حد كبير.

وكثيراً ما تتحدد أشكال وأساليب التفاعل بين الأفراد فى الواقع الفعلى على أساس المركز الاجتماعى الذى يحظى به كل منهم فى البيـئة الاجتماعية، حيث يصنف الأفراد عادة طبقاً لمراكزهم الطبقية أو المهنية، فالمرأة مثلاً التى تنتمى إلى الفئات الدنيا، عادة ما تخـاطب «بالولية» أو «البنت» أو «الحرمة». وفى الفئات العليا «بالهانم» أو «الســت»، وهكذا، كما قد يخاطب الرجل فى الفـئات الدنيا «بالولد» فى مـقـابل «البيـه» أو «الأفندى» أو «البـاشا» لمن ينـتمى إلى المراكـز العليـا، وهكذا، كما تعـكس مسافـة الحوار بين طرفى التـفاعل درجـة الهيـبة والمكانة بين طرفى الحـوار. وبصفة عـامة كلما اقـتربت هذه المسافـة كان ذلك مؤشـراً على القرب الاجتـماعى، وعدم الكلفـة وسلاسة التـفاعل، والعكس يصـبح صحـيحـاً أيضاً، حـيث يكشف البـعد المسـافى عن درجة من الهـيبـة والاحترام بين طرفى التخاطب وغلبة تدفق المعلومات فى اتجاه واحد.

وعادة ما يـمارس بعض الأفراد تأثيراتهم خـلال عمليات التفـاعل والاتصال بفـعل ما يتـمتـعون بـه من هيبـة ونفوذ، وذلك نتـيـجة مـراكزهم المهنيـة أو الاجتـماعيـة أو الاقتصـادية أو الثقافـية، ويفرضـون بسلطاتهم المباشرة وغـير المباشرة، الصمت أو الاكتفاء بدور التلقى على الطرف المقابل أو الأقل نفوذاً. حيث يلجـأ هذا الطرف الأخير خـلال عملية التفـاعل إلى القبول والموافـقة أو على الأقل التظاهر بهما والالتجاء إلى التـملق والمراءاة، وإن كان غير مقتنع بما

يتلقى من معلومـات. ولعل فى ذلك ما يفسر أسـباب الهتافات والـتأييد وإبداء فروض الطاعة والولاء أمـام أصحاب السلطة والنفوذ والتصـرف بشكل مخالف أو لعنهم إذا مـا أتيحت الفرصـة وغابت الرقـابة الشخـصية على الـنحو الذى نلمسه كثيراً فى الممارسات الفعلية للعديد من الفئات فى المجتمع المصرى.

إن العادات والتقـاليد، قد تفرض أسـاليب معينة للتخـاطب والحوار فى كل بيئة، فـقد تملى طريقة معينة لمخـاطبة الصغير للكبـير، والمرأة للرجل، والمتعلم وغير المتعلم، كـما قد تحد من كثافة اللقـاء والحوار، وهى كلها أمور تؤثر على تدفق المعلومات عـبر الشبكات الشـخصية. وينبـغى أن تأخذ فى الاعتـبار عند محاولة استخدام أو توظيف هذه الشبكات فى مجال نشر المعلومات.

مراجع الفصل الثالث

(١) انظر فى ذلك :

REBECC A,B. Rubin & Others, Conceptualization and Measurement of interpersonal Communication Motives, Human Comm, Research, Vol, 14, No, 4 Summer, 1988, pp 602 - 628.

(٢) انظر فى ذلك :

Evertt M. Rogers& D., Lawrence Kincaid, Communication networks, N.Y., Free press, 1981 p. 150.

(٣) شاهيناز طلعت، قيادة الرأى فى الريف المصرى، تطور مفاهيم قادة الرأى، ورقة مقدمة إلى ندوة الإعلام والمشاركة فى التنمية الريفية، المنعقدة بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ٨ ـ ٩ فبراير ١٩٩٢.

(٤) انظر فى ذلك :

E.,M., Rogers & D., Lawrence Kincaid, Communication Networks, op. cit. p. 2-3.

(٥) انظر :

Herzog, William et al., Pattern of diffusion in Rural Brazil East Lansing, Michigen state uninersity dep., of Communication, diffusion of innovation Research Report 10.1968.

(٦) انظر فى ذلك:

E., Ragers, Diffusion of innovations, third Edition, N.Y., Free press, 1982, p 312.

(٧) انظر فى ذلك :

PETER R. Monge, The Network Level of analysis, in charles R. Berger et al (Eds.) Hand book of Comm., science, London, Sage publication, 1987, p. 242.

(٨) انظر :

Seibold, D.R., Cantrill, J.G., & Meyers, R.A., Communication and

interpersonal influence, in M.,L. Knapp & G.R. Millar (eds.,) Hand book of Interpersonal Communication, CA, Beverly Hills, Sage, 1985 p. 554.

(٩) انظر فى ذلك:

Peter R. MoNGE, The Network level of analysis, op. cit p. 244.

(١٠) انظر فى ذلك:

Rogers & Lowrence Kincaid, Communication Networks op. cit p. 125.

(١١) انظر:

Rao, G. Appa & E., Rogers, Caste and formal Education in interpersonal diffusion of innovation in two indian Villages, indian Journal of Extension Education 16: 1980.

(١٢) انظر :

Rogers & Kincaid, op cit. p. 146.

(١٣) لمزيد من التفاصيل حول هذه النظرية راجع:

Granovetter, Mark s., The strength of Network ties, American Journal of sociology, 78, 1973, pp 1360 - 1380.

(١٤) انظر فى ذلك :

Granovetter, Mark, Gettin a Job, Astudy of Contacts and Careers, Cambridge, Massa Chusetts, Harvard university press, 1974.

(١٥) انظر فى ذلك:

Rogers & Kincaid, op. cit p. 130.

(١٦) انظر فى ذلك :

Lee, Sea Baick, System effects on family planning Behavior in korean Villages. Ph. Dthesis Ann Arhor university of Michigan Ms. 1977.

(١٧) انظر فى ذلك :

Friedkin, observability in inter organizational social Network, Santa Barbara university California, at santa Barbara, Dep. of Education unpublished paper 1981.

(١٨) افريت روجرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامى ناشد، القاهرة، عالم الكتب ، د.ت. صـــ٢٩٢.

(١٩) طلعت منصـور، سيكلوجيـة الاتصال ، عـالم الفكر ، المجلد الحادى عـشر، العدد الثانى، سبتمبر ١٩٨٠.

الفصل الرابع
المؤثرون (الملامح وأساليب القياس)

فى الفصل السابق جرت الإشارة إلى هؤلاء الأفراد الذين يحظون بمكانة متميزة فى الشبكات الشخصية. بفضل المواقع التى يحتلونها داخل هذه الشبكات، حيث يتجمع العدد الأكبر من خطوط الارتباط ويمارسون بالتالى تأثيرات مهمة سواء فى مجال تداول المعلومات عبر خطوط الشبكات الشخصية، أو فى قبول أو رفض ما تحمله هذه المعلومات من توجيهات. وعلى الرغم من المسميات العديدة التى تطلق على هؤلاء الأفراد : مفاتيح الاتصال، الزعماء غير الرسميين، قادة الفكر، زعماء تبنى الأفكار، أصحاب النفوذ، إلا أن المسمى الرائج والمتداول كثيرا لدى خبراء الانتشار هو مسمى قادة الرأى . وهنا تدور التساؤلات. لماذا لم نتخذ هذا المفهوم الرائج عنوانا لهذا الفصل، واستخدمنا المؤثرون عوضاً عنه؟ وهل هناك فرق بين قائد الرأى والفرد المؤثر؟ وما هى مؤهلات الشخص المؤثر؟ وكيف يتسنى قياس وتحديد هذا الفرد المهم اتصاليا فى الواقع الفعلي؟.

ومهمة هذا الفصل، هى محاولة مناقشة هذه التساؤلات وتسليط الضوء على هؤلاء الأفراد الذين يلعبون أدواراً اتصالية مهمة فى النسق الاجتماعي، وهو أمر وثيق الصلة بموضوع الدراسة الراهنة . وبعبارة أخرى تدور المناقشة فى هذا الفصل حول ثلاثة عناصر أساسية هى :

١ـ قادة الرأى أم المؤثرون.

٢ـ الملامح العامة للمؤثرين.

٣ـ مداخل قياس وتحديد الأفراد المؤثرين.

أولاً: قادة الرأى أم المؤثرون:

تعود البدايات الأولى لفكرة قيادة الرأى إلى الدراسة الأمريكية التى أجريت عام ١٩٤٠ على يد لازرسفيلد وبيرلسون وجوديت ، ونشرت عام ١٩٤٤ تحت مسمى «اختيار الشعب» حيث لاحظ هؤلاء الباحثون أن حملات وسائل الإعلام الجماهيرى التى اتجهت لتأييد أحد مرشحى الرياسة الأمريكية، قد فشلت فى تحقيق أهدافها، وذلك على خلاف التصوّرات السائدة آنذاك حولَ

التأثير المباشر والفورى لوسائل الإعلام بفعل نظرية المثير - والاستجابة ، والأدوار الكبيرة التى لعبتها هذه الوسائل سواء فى الحرب الأمريكية - الأسبانية أو الحرب العالمية الثانية. وقد اتجه هؤلاء الباحثون إلى ارجاع هذا الفشل إلى ما أطلقوا عليه وقتئذ دور «رواد الفكر» الذين قاموا بأدوار مناهضة لتوجهات الحملات الإعلامية فى هذه الانتخابات [٢]

وقد اهتم الباحثون منذ ذلك التاريخ بهذا التفسير وسعوا للوقوف على دور العلاقات الشخصية أو ما يعرف بدور «رواد الفكر» فى تدفق المعلومات. وسعت دراسات بيرلسون وحوديت عام ١٩٤٨، وميرتون عام ١٩٤٩، وماكفى عام ١٩٥٤ وغيرهم لبحث هذا الدور ، ولما كانت دراساتهم تنحصر أساساً فى بحوث الرأى والتسويق، فقد جرى تحوير مفهوم «رواد الفكر»، ليصبح «قادة الرأي» الذى تبلور بصورة واضحة فى كتاب كاتز ولازرسفيلد عام ١٩٥٥ حول التأثير الشخصي، حيث عرضا المؤلفان لنموذجهما انتقال المعلومات على مرحلتين . وطبقا لهذا النموذج، فإن المعلومات تصل من أجهزة الإعلام إلى قادة الرأى ثم من خلالهم إلى الجماهير التابعة عبر الاتصالات الشخصية.

وفى إطار تزايد الاهتمام بالشبكات الشخصية والمواقع الرئيسية فى هذه الشبكات، واصلت الدراسات الاهتمام بمفهوم قادة الرأى خلال حقبتى الستينيات والسبعينيات[٣] . وسعى كل باحث إلى دراسة هذا المفهوم من زاوية معينة كبحث العلاقة بين مستوى التعليم وقيادة الرأي، أو بين النوع (الجنس) أو الطبقة الاجتماعية وقيادة الرأي، أو الكشف عن المتغيرات الديموجرافية والاقتصادية والاجتماعية لهؤلاء القادة ، أو درجة تعرضهم لوسائل الإعلام، أو المراكز الاجتماعية لهم وهكذا. ثم مالبث أن تعرض المفهوم فى أواخر السبعينيات والثمانينيات إلى مراجعات وانتقادات نظرية ومنهجية شديدة حتى من بين من روجوا للمفهوم فى الدراسات المبكرة[٤] فعلى المستوى النظري، اتسم المفهوم بالقصور والتضليل، فأى شخص يعطى استشارة أو نصيحة هو قائد رأي، ولفظ القيادة هنا يشير إلى أنه مصدر أو مبدع هذه النصحية أو المعلومات فى حين أن نموذج التدفق يصور هؤلاء الأفراد باعتبارهم متلقين لهذه المعلومات من أجهزة الإعلام ، كذلك . أظهرت نتائج العديد من دراسات الانتشار أن جانبا كبيراً من آراء ما يطلق عليه قائد رأى مستمدة من آراء آخرين (وكيل التغيير مثلا). وهكذا، نجد أن ما يسمى بقائد الرأى هو فى الواقع مجرد ناقل

أو موصـل أكثـر منه مولداً للرأي. وفى إطار انتـشار وتغلغـل أجهـزة الإعلام وبرامج التـعليم ، وثـورة الاتصـالات التى طالت تأثيـراتهـا مـختلف أرجـاء المعمورة، فـإن حيازة أو احتكار بعض الأفراد للآراء أو المعلومـات ، أصبحت محل شك. ومع ذلك، فقد أفضت إتاحة المعلومات والتخـصصية التى فرضتها ثورة التكنولوجـيا والتقـدم العلمى الكبـير إلى وجود نماذج من الأفـراد لديهم معارف مـتعمقة أو متـخصصة فى موضوع مـعين، ويمكن لهؤلاء الأفراد إعطاء نصائحـهم فى هذا الموضوع أو ذاك، وفى مواقف وحـالات معينة فـقط (حالة المشكل) دون أن يكون ذلك صـفة لصيـقة بهم باعتـبارهم قادة رأى يقـصدهم الأفراد باسـتمرار للحصـول على المعلومات [٥] وبالتالى فنحن بصـدد حالة أو أوضاع يصعب فيها تقـسيم الأدوار، فهذا قائد للرأى يعطى نصائح، وذاك تابع يتلقى باستمرار النصـائح. والصحيح أن الأدوار ذات طبيعة متعـددة ومتغيرة. فالأفـراد قد يكونون قادة فى بعض المواقف والموضـوعات، وقد يكونون غـير ذلك فى مواقف أو موضوعات أخري، وفـضلا عن ذلك، فإن إعطاء النصيحة أو الرأى أو المعلومة فى موضوع معين لا يعنى التأثير. فقد يتلقى الفرد المعلومة أو النصيحـة من فرد آخر ويتوقف الأمر على مجـرد الاحاطة والعلم دون اتباع هذه النصيـحة أو ممارسة توصـياتها أى عـدم التأثر. وهذا يفـرض التميـيز بين الشخـص المؤثر بفعل مـؤهلات ذاتية يتـمتع بهـا وفرد لديه آراء أو معـلومات يقصـده الآخرون أو يقصـدهم هو لإعطائهم هذه المعلومات، صـحيح أن هذا الفرد الأخيـر قد يتمتع بمؤهلات تؤهله لـلتأثير ، ولكن قد لايتـوافر دائما وفى جميع المواقف أن يتمتع بذلك، وأن الأمر يقتصر على إعطاء المعلومات التى قد تكون كاملة ومفيدة أو مقنعة بالنسبة للفرد أو غير ذلك فلا يتعامل معها أو يتأثر بها.

وعلى المستـوى المنهجي، اعتمـدت غالبيـة الدراسات التى انطلقت من هذا المفهـوم، على أداة المقابلة، وعلى سؤال كل فـرد من أفراد العينة إذا كـان قد حاول أن يقنع آخر بآرائه. أو هل طلب أى شخص منه النصيحة، وتتم المقارنة والتميـيز بين الأفراد القادة أو غيـر القادة أو الاتباع طبقا لـرد أفراد العينة على مثل هذه التساؤلات، وهى هنا إجابات قائمة على التقدير الذاتى لتصور كل فرد عن دوره ، وهو أمر قد يحتـمل مبالغات أو تحريفات كـثيرة، ولا يعطى بيانات تساعد على التمييز الدقيق بين القادة وغير القادة.

كذلك، فإن سؤال الفرد عما إذا كان قائد رأى أم لا، لا ينتج قياسى وقع التأثير الشخصي، أو درجة سريان هذا التأثير أو طبيعة العلاقات الشخصية التى تحكم عملية التفاعل ، وهكذا . وظل الأمر هنا مقصورا فى إطار هذا القصور المنهجى على محاولة التمييز بين تأثيرات أجهزة الإعلام المباشرة وتأثيرات الاتصال الشخصى ، وهى المحاولات التى فشلت كما أشرنا فى موضع سابق من هذا العمل فى تحقيق أية إنجازات حيث يفترض أن تحل نظرة التكامل بين كلا النوعين من الاتصال محل نظرة الانفصال والتميز، وأن هناك عوامل كثيرة فاعلة فى تحقيق كفاءة كل نوع فى التأثير، لا تستطيع أداة المقابلة أو الاستبار تحقيقها . ففى مجال قنوات الإتصال الجماهيري مثلاً لا تتوقف فاعلية هذه القنوات على تعرض المبحوث لهذه القنوات أو درجة حيازته لها أو حتى ثقته فيها ، ولكن أيضا على الطريقة التى توظف بها هذه القنوات، ودرجة الانسجام فى أدائها، والتخطيط الجيد لعملياتها، فضلا عن جودة المضامين ، وسلاستها أو حبكتها. . . إلخ. وهو أمر يتطلب مدخلات منهجية أخرى مكملة بجانب أداة المقابلة. وهكذا نجد أن الدراسات التى انصبت على مفهوم قادة الرأي، قد ارتبطت بمجالات معينة: الآراء السياسية، التسويق ، مصادر المعرفة، بهدف قياس درجة إسهامات المصادر المختلفة فى تدفق المعلومات. وظلت مجالات أخرى مهملة وغير معروفة وتتصل بشدة بمفهوم قيادة الرأي، مثل نسبة إسهامات الاتصال الشخصى فى تدفق المعلومات ، حجم التأثير الشخصى هل هو مجرد الإحاطة والعلم أم اتباع النصائح والممارسة، درجة سريان التأثير أو تعدده، وبالطبع أفضى قصور المفهوم على المستوى النظري، وعدم إحاطته بالنشاط الفعلى للفرد (القائد) إلى قصور على المستوى المنهجي، الأمر الذى فرض الحاجة إلى إعادة النظر فى هذا المفهوم وتحقيقه ومحاولة تنقيحه أو تطويره فى المرحلة الراهنة من الدراسات الإعلامية. والأمر لا يتوقف هنا على مجرد البحث عن مواصفات جديدة لقائد الرأى أو البحث عن قادة الرأى الجدد على ضوء التطورات الجديدة التى ألمت ببنية المجتمع، ولكن تطوير المفهوم ذاته حتى يكَون أقرب إلى وصف ما ينهض فى الأساس لوصفه.

ولدينا، فإن محاولة التطوير أو التعديل ينبغى أن تنبع من الهدف الذى ظهر فى إطاره هذا المفهوم، وهو فهم التأثير الاتصالى ووصف النشاط الفعلى ومركز الفرد خلال عملية التفاعل، وإتاحة القدرة على التنبؤ بالسلوك الاتصالى

أو التأثير. ونعتقد أن مفهوم «المؤثرون» هو الوصف الأكثر دقة نسبياً لهؤلاء الأفراد الذين يحظون بمكانة متميزة فى شبكة الاتصالات الشخصية. وعادة، فإن الشخص المؤثر يتميز بأربع صفات أولاً: تمثل قيم معينة أو من يكون الشخص. ثانياً: الكفاءة، ماذا يعرف الفرد، وثالثاً: استراتيجية المركز الاجتماعي، أو من يعرف الفرد، رابعاً، انفتاح الفرد أو سهولة الوصول إليه، وعندما يتم تجميع هذه الصفات الأربع، وربطها بالنشاط الاتصالى الفعلى للفرد، فإن ذلك يحدد أبعاد قدرة هذا الفرد ودوره الاتصالى فى النسق الاجتماعي.

وعلى الرغم من التشابه الذى قد يوجد بين «المؤثرون» بالمعنى المعروض آنفاً و«قادة الرأي»، إلا أن هناك بعض أوجه الاختلاف بينهما يمكن أن تظهر من المقارنة الأولية.

١- إذا كان قادة الرأي، كما أظهرت العديد من الدراسات موزعين بصورة تامة ومتساوية بين الطبقات الاجتماعية المختلفة، ودائماً فى كل تجمع بشرى يوجد قادة رأى أو أفراد لديهم معارف يتجه إليهم الآخرون للحصول عليها أو يتوجهون هم أى قادة الرأى إلى الآخرين، فإن هذا التوزيع المتساوى قد لا يتوافر فى بعض الأحيان فى المؤثرين، حيث تتزايد احتمالات وجودهم أكثر فى المستويات الاقتصادية الاجتماعية الأعلي. فقد كشفت بعض الدراسات أن الشخصيات القوية أو المؤثرة نادراً ما توجد لدى الفئات الدنيا أو المعدمة(٦) .

٢- أظهرت العديد من الدراسات أن قادة الرأى يختلفون من موضوع إلى آخر بينما تلاحظ أن المؤثرين أكثر نشاط فى مجالات عدة(٧) . حيث لا يقتصر الأمر هنا على حيازة المعلومات فى كل مجال ولكن أيضا توافر مجموعة من سمات الشخصية التى تجعلهم أكثر قدرة على التفاعل والإقناع وبالتالى التأثير على مواقف وتصرفات الآخرين.

٣ـ أجمعت الدراسات، على أن قادة الرأى أكثر تعرضا بدرجة كبيرة لوسائل الإعلام، بينما هذه الخاصية لا تتوافر بدرجة ملحوظة دوما عند المؤثرين، فقد لاحظ «وءان» فى دراسته للمؤثرين أنهم يعتمدون على المصادر الشخصية، وأن سلوكهم الاتصالى مع وسائل الإعلام الجماهيرى عادى ولا يتسم بالتعرض العالى لها(٨) . وبالتالى فهم هنا أكثر توليدا للرأى وأكثر حركية وتفاعلا، ومن ثم أقدر على التأثير.

٤ـ إذا كان مـفهوم قادة الرأى يقـوم على فصل القادة والاتبـاع فإن المؤثرين كمفهوم لا يقوم على هذا الفصل، حيث إن الأمر هنا يتعلق بمتغير مستمر وفرد يتميز بقوة الشخصية يفـرض تأثيراته على الآخرين بفعل ما يتمتع به من صفات ذاتية وموضوعية.

ويبـدو واضحـا من هذه الفروق، أن مـفهـوم «المؤثرون» هو مجـرد تطوير لمفهوم «قادة الرأي» بالمعنى التقـليدى الذى أشارت إليه الدراسات المبكرة، وأن هذا المفهوم المطور يتناسب أكثر مع السمة الأكثر تعقيداً لقيادة الرأى التى انبثقت عن النقد المتـزايد للدراسات المبكرة حـول قيادة الرأي. إننا فـى التحليل الأول والأخير بصـدد عملية تأثير بـالغة التعقيـد والتشابك يقوم بهـا أفراد فى الواقع الفـعلي، وهؤلاء الأفـراد لديهم من المؤهلات المخـتلفـة ما يتـيح لهم ممارسـة التأثـير، وأن اكتـشاف وتحـديد هؤلاء الأفراد بالغ الأهمـية للمـعنيين بالشـئون السياسيـة، والتسويق، والإعلان ، والرأى العام، والتغييـر أو نشر التجديدات كما أن دراسة مصادر معلومات هؤلاء الأفراد ودورهم فى عمليات اتخاذ القرار له علاقة كـبيرة بتطوير دراسات الاتصال الإقناعى وتحقـيق الترابط بين دراسات الاتصال الشخصى والجماهيرى والمساعدة بالتالى فى التنظير لعملية الاتصال.

ثانيا: الملامح العامة للمؤثرين:

من الحقائق المسلم بهـا، أن القدرة التأثيرية للفرد ليست صـفة موروثة يولد بها، وعلى ضوئها يمكن أن نقول أن هذا شـخص مؤثر، وذاك غير مؤثر، وإنما هى فى الأساس قدرة مكتسـبة تشكلها أساليب التنشئة والشـقافة السائدة . ومن هنا فإن الشخص المؤثر فى بيئة معينة قد لا يكون كذلك فى بيئة أخري، كما لا توجد سـمة واحدة يمكن أن تجـعل الفرد شخـصية مـؤثرة، وإنما ترتبط القدرة التأثيرية للفرد بسمات وعناصر عدة تتداخل معا لتشكل المقدرة التأثيرية للفرد.

وبصـفة عـامة، وبالمـنظور الاتصالى يمكن الـقول أن الشـخص المؤثر، هو الشخص الذى يتمتع بحضور اجتمـاعى وشخصية قوية تتيح له عند تفاعله مع الأخرين أن يغير من آرائهم أو اتجاهاتهم أو تصرفـاتهم بصورة متكررة نسبيا فى كل موقف اتصالي. هذا التغيير يمكن قياسه أو ملاحظته فى الواقع الفعلي.

هذا الفهم العام لما هية الشخص المؤثر، لا يقدم ولا يؤخر فى المساعدة على اكتشاف الأفراد المؤثرين وسهولة الوصول إليهم فى الواقع الفعلى كما يثير بذاته

تساؤلات: ما هو الحضـور الاجتماعى أو مكونات الشخصيـة القوية التى تتيح للفرد أن يؤثر فى الآخرين ، هنا يصعب التحديد والتعريف وتتداخل السمات، مما يفرض الاتجاه للحديث عن مؤشرات أو مـلامح يمكن الاسترشاد بها هنا فى تحديد طبـيعة الشخصـية القوية أو المؤثرة، أكثـر ما نتجه لوضع تعـريف لما هية الشخصية القوية لتـلافى الدخول فى دائرة مفرغة. وهو ذات المنحى الذى نحا إليه باحثون آخرون فى توصيفهم لما هية الشخص المؤثر، حيث يطرح التساؤل: ما هى السمات التى تجعل الفرد أكثر إقناعا وتأثيرا؟

وفى الواقع، لا يعدو الاهتـمام بمحاولة الإجابة على هذا التـساؤل جديدا، فقد ركز أرسـتو فى إشارته إلى محاولات الإقناع على سـمات المصدر بدلاً من التركـيز على الرسالة، وافـترض أن المصدر الأكـثر تأثيراً ينـبغى أن يكون لديه شعور طيب وإرادة طيبة، وسمة أخلاقية طيبة[٩] وفى وقت أكثر حداثة، تزايد الإدراك بأن الشـخصـيـة المؤثرة، هى حـصاد لتـفـاعل العوامل الشـخـصيـة والاجتماعية، فقد أشار «كاتز» أن الشخص المؤثر يتميز بثلاث صفات:[١٠]

١ـ تمثل قيم معينة ، وهى القيم التى توضح هوية الشخص وتوجهاته.

٢ـ الكفاءة التى تشير إلى ما يتوافر لـديه من معارف ومعلومات ومهارة على تبادلها مع الآخرين.

٣ـ المركز الاجتماعى للفرد الذى يحظى به فى البيـئة أو درجة معرفة وتقييم الآخرين له.

ويركز الباحثون عادة فى مجـال الإقناع على ثلاث سمات للفرد الأكثر إقناعاً وتأثيراً وهى : المصداقية، والجاذبية، والنفوذ[١١] ، والتعامل مع هذه العناصر الثلاثة باعتبارها فاعلة فى تحديد المقـدرة التأثيرية للفرد . . ويفيد هنا تناول هذه العناصر بشيء من التفصيل:

١ـ المصداقية (Credibility) :

تشتـمل مصداقـية الفرد على عنصـرين: الخبرة والاعـتمادية أو الموثوقـية، والخبرة، هى المدى الذى يرى فيه الأفراد أن هذا الفرد لد يه المعرفة أو الإجابة الصحـيحة على السؤال أو الموقف الـصحيح تجاه القـضية المطروحة. والخـبرة يكتسبها الفرد وتتشكل من خلال عـمليات التدريب والتعليم، والتجربة والذكاء والمهارة المهنية والمركز الاجتماعي. وهكذا فإن الشخص الخبير، هو الذى يتوافر

لديه معرفة صحيحة وموثوقة عن الموضوع أو القضيـة. وعادة ما تكون الخبرة مقصورة على مجال معين، فهذا الفرد خبير فى المجال الطبى أو الشئون القانونيـة، أو الأمور الدينية، أو فى إصلاح السيارات أو فى مجال الإتصال ... إلخ. ونادراً ما يكون الفرد الواحد خبير فى كل هذه المجالات فى آن واحد. ويتعامل الأفراد مع الشخص المطلع أو العليم أو المتخصص بدرجة من الجدية، ويتبعون توصياته، لأن تجربتهم الماضية قد أثبتت أنه غالبا ما يدافع عن الموقف الصحيح ، وأن اتباع توصياته قد أفادتهم. فمثلا من المحتمل أن يثق الأفراد فى الطبيب المتخصص لأنه كان على حق من قبل وأدى تتبع توصياته إلى تحسن الصحة كما تتزايد احتمالات تأثير الفرد الخبير على الأفراد الآخرين الذين يسعون لتكييف الاتجاهات والآراء الجديدة مع ما أصبحو يقتنعون به . وعندما ينظر هؤلاء الأفراد إلى ذواتهم باعتبارهم عقلاء، فإنهم عادة ما يتجهون إلى من تتوافر لديه المعرفة الصحيحة بهذه الإتجاهات والآراد الجديدة ويصبحون أكثر استعداداً للتأثر بآرائه .

على أن الخبرة أو المعرفة ليست وحدها، العامل الحاسم فى تحقيق المصداقية، ولكن ينبغى أن ينظر الآخرون إلى الفرد الخبير على أنه جدير بالثقة. وتشير الموثوقية هنا إلى المدى الذى ينظر فيه إلى الفرد باعتباره غير متحيز فى موقفه تجاه القضية أو الموضوع المطروح. وبعبارة أخرى هو الفرد الذى ينظر إليه باعتباره فرداً معتدلاً وموضوعياً بعيداً عن الهوى أو التلاعب أو الاستغلال، وليس له ناقة ولا جمل إذا ما اتبع الآخرون توصياته. وعلى سبيل المثال، شخص يعمل فى تجارة السيارات المستعملة نادراً ما ينظر إليه مشترو هذه السيارات على أنه مصدر ثقة وإنما يتزايد النظر إلى هذا الفرد باعتباره متحيزاً، وأنه يسعى لإقناع العملاء بشراء السيارات منه لأن له مصلحة من وراء هذا البيع.

وبالطبع كلما توافرت لدى الفرد حسن المعرفة والاطلاع أى الخبرة والموثوقية أو البعد عن الهوى والاعتدال، تزايدت احتمالية المقدرة التأثيرية للفرد. ومع ذلك، فنادراً ما نجد فى الواقع الفعلى توافر عنصرى الخبرة والثقة معاً، وإنما. الأكثر شيوعاً على النحو المألوف فى ممارسات الحياة اليومية. أن نجد الفرد الخبير ولكن ليس جديراً بالثقة. وفى مثل تاجر السيارات السابق، ربما يكون هذا التاجر خبيراً أو مطلعاً جيداً بأحوال وقيمة سياراته، ولكن، كما أوضحنا

ليس محل ثقة بسبب وضوح المنفعة الذاتية له من وراء محاولاته لدفع الأفراد لشراء سياراته.

٢- الجاذبية Attractiveness :

السمة الثانية المشكلة للمقدرة التأثيرية للفرد، هى الجاذبية، والافتراض العام هنا هو أن الفرد الذى يتمتع بجاذبية سوف يكون أكثر فاعلية وتأثيراً من الفرد غير الجذاب خلال تفاعلاته مع الآخرين. وعادة ما يتجه النظر لفهم الجاذبية هنا على أنها الجاذبية الجسمانية أو الهيبة الشخصية (الكاريزما)، ولكن بسبب صعوبة تكميم وقياسى الصفات الجسمانية للفرد بصورة موضوعية. فقد أحجم الباحثون عن محاولة وصف الخصائص الجسمانية للفرد المؤثر، وأثاروا عوضا عن ذلك عناصر التشابه، الألفة، الحب كمحددات لجاذبية الفرد.

والتشابه Similarity يوحى بالقرب، وعادة ما ينجذب الأفراد إلى من يشبهونهم (١٢) وعندما تتزايد درجة الشبه بين المصدر والمتلقي، فإن احتمالات تأثير المتلقى بتوصيات المصدر تتزايد والعكس يصبح صحيحا أيضا فى هذه الحالة، والتشابه قد يكون ديموجرافياً، أو إيديولوجياً، وتظهر الدراسات الحقلية أن الجمهور ينجذب إلى المصادر التى تشاركه الخصائص الديموجرافية العامة مثل السن، التعليم ، الوظيفة، مستوى الدخل، النوع، العرق، محل الإقامة، الدين... إلخ. حيث يساعد مثل هذا التشابه الديموجرافى الجمهور على التوحد مع المصدر، وتتزايد رؤيتهم إليه باعتباره واحداً منهم، وأن لديهم أهدافاً واحتياجات واحدة، وإذا استطاع المصدر أن يظهر للمتلقى أن اهتماماتهم واحتياجاتهم مشتركة بفعل التشابه فى الخصائص، فإن هذا المتلقى قد يميل إلى اتباع نصائحه وتوصياته (١٣) .

والتشابه الإيديولوجى أو الفكري، يدعم قدرة المصدر على التأثير، فالمبدأ أن المتلقى ينجذب إلى المصدر الذى لديه اتجاهات مشابهة معه، وكلما تزايدت الاتجاهات المشتركة أصبح المصدر أكثر جاذبية، ويرى بعض الباحثين ، أن التشابه الفكرى ، يعد محدداً أقوى من التشابه الديموجرافى للجاذبية، فقد وجد «وليم ماكيور» على سبيل المثال فى دراسته، أن الأمريكيين يتأثرون أكثر بالتشابه الأيديولوجي بالمقارنة بالأختلافات العرقية فى المواقف الإقناعية المختلفة(١٤) فالفرد الذى ينتمى إلى ذات الحزب أو العقيدة أو التوجه السياسى

. . إلخ تتزايد جاذبيته ويتعمق الإحساس بالاشتراك فى الاتجاهات والآراء معه والميل بالتالى لقبول نصائحه.

وتؤكد نظرية التعلم، أن المصدر المشابه للمتلقى سوف يكون مؤثراً خلال التفاعل والإتصال، لأن خبرة التفاعل الماضية معه والاستماع إلى نصائحه باعتباره مثيلا له، قد أدت إلى منفعة مادية أو معنوية، وأن التفاعل بين الأفراد المتشابهين هو فى حد ذاته خبرة طيبة مفيدة، والممارسات متوقعة وأطراف التفاعل من المحتمل أن يعزز كل منهما الآخر. كما تؤكد النظرية الوظيفية أن المصدر سوف يكون أكثر تأثيرا وإقناعا بسبب دوافع المتلقى للتماثل معه. حيث يساعد ذلك المتلقى للاحتفاظ بعلاقة منفعة مع المصدر وأنه من المحتمل أن ينخرط الأفراد فى علاقات مع المتشابهين معهم للمحافظة على مثل تلك العلاقة التى تحقق لهم إشباعات معينة.

فإذا تجاوزنا التشابه إلى الألفة كعنصر من عناصر الجاذبية نجد أن المثل الشائع هنا هو أن «إللى تعرفه أحسن ممن لا تعرفه» فالأفراد تنجذب بصفة عامة إلى المصادر التى تعرفها أو تألفها، وتوجد دلائل قوية أن الألفة تساعد على زيادة التفاعل وانجذاب الأفراد لبعضهم البعض، هذا فضلا عن أن الإعتياد أو الألفة فى حد ذاتها تدعم الحب وتوثق العلاقات.

والقاعدة، أن الفرد المألوف أو الذى اعتدنا أن يمدنا بالمعلومات أو يستشار فى المواقف المختلفة، سوف يكون بلاشك أكثر فاعلية فى الإقناع من الفرد غير المألوف أو المعروف، فالأول نواياه وخبرة التعامل الماضية معه مضمونة، ودرجة المخاطرة محدودة. فى حين أن الشك والريبة والحذر قد يحيط بالفرد غير المألوف أو الغريب. وبالتالى تتدنى قدراته التأثيرية ، ويصعب اتباع توصياته حتى يتم التثبت من نواياه وهكذا.

وإذا انتقلنا إلى عنصر الحب "Liking"، فإننا نجد الميل العام للإنجذاب للمصادر التى يهواها الأفراد أو يحبونها، وكلما كان المصدر محبوبا، كان أكثر تأثيرا وإقناعا. ولكن ماهى محددات هذا الحب؟ هنا تشير نتائج البحوث وتجارب الممارسة الحياتية، أن التشابه والألفة والاعتياد تقود إلى الحب، ويعزز الحب كما أشرنا آنفاً من تزايد إدراك المتلقى بتشابهه مع المصدر وعادة ما يميل الفرد إلى تضخيم التشابه الفعلى بينه وبين المصدر، كذلك فإن السعى لخدمة مصالح الناس وجلب المنافع لهم، ومعاونتهم أو نجدتهم فى الملمات كلها أمور

تدعم من الجاذبية وعلاقة الحب التى تعد مفتاح التأثير. وفى المقابل، فإن الأنانية، والرغبة فى الاستحواذ والانقضاض على حقوق الآخرين، والتآمر ضدهم وإلحاق الأذى بهم كلها تصرفات تثير الكراهية والبغضاء وتدعم معها علاقة العداء والنفور. وتتلاشى بالتالى الجاذبية والميل لاتباع التوصيات المقدمة ممن يتصفون بهذه الصفات.

وبصفة عامة، فإن احتمالية الحب تتزايد عندما يتزايد حجم المكافأة التى يتلقاها الفرد من فرد آخر إلى حد يفوق تكلفه التفاعل (مثل المجهود المطلوب) هذه القاعدة أو المبدأ مستقى من نظريات التعلم، ويرى «بيرسكيد» و«وستر» أن الأفراد عبر تفاعلاتهم مع بعضهم البعض يمكن أن يحققوا الإشباعات التالية:

١ـ تقليل التوتر وشدة الضغوط والوحدة أو القلق فعندما يشعر المرء بالتوتر أو الخوف أو الحدة أو عدم اليقين، فإن مجرد حضور الآخرين يمكن أن يكون بمثابة مكافأة أو فائدة. والفرد المتوتر لديه الرغبة الخاصة للاندماج أو التفاعل مع الآخرين وخصوصا مع هؤلاء الذين يعايشون الموقف ذاته، والتفاعل هنا بين هؤلاء الأفراد يساهم فى تقديم الراحة والعون أو تحقيق التأكيد والإضمئنان. كذلك، فإن التفاعل مع الآخرين يمكن أن يفيد فى إزالة مصدر القلق كنسيان المتاعب أو المشاكل ولو مؤقتا. كما قد يقدم هذا التفاعل خبرة الغير فى كيفية معالجة الموقف، وبالتالى تكييف مشاعر الفرد القلق أو المؤثر طبقاً لذلك[١٥].

٢ـ القبول الاجتماعي، وعادة ما يحب المرء الفرد الذى يساعده أو يتعاطف معه وبالذات فى المواقف الصعبة أو الجوهرية المتعلقة بمصير الفرد أو مستقبله. وينصرف الأمر ذاته على هؤلاء الأفراد الذين يبدون إعجابهم وردود فعل إيجابية تجاه تصرفات الفرد. وانطلاقاً من هذا المبدأ، فإن الأفراد يحبون المصدر أو المتحدث الذى يبدى حباً تجاههم أو الذى يظهر لهؤلاء الأفراد كيف يحبهم الآخرون، ولا تكمن أهمية القبول الاجتماعى فقط فى دعم التقدير الذاتى للفرد، ولكن لكونه أيضاً يسهل إشباع العديد من الاحتياجات الفردية، وبالذات تلك التى تتطلب التعاون مع الآخرين.

٣ـ القرب: القاعدة التى يجمع عليها العديد من الباحثين، أنه إذا تساوت الأشياء الأخري، فإن الأفراد الأقرب مكانيا إلى بعضهم البعض سينجذبون أكثر

إلى بعـضهم البـعض بالمقارنه بالأفـراد الذين يبعـد كل منهم عن الآخـر. وقد أظهرت الأبحـاث الحقلية أن الطـلبة يقيـمون علاقـات صداقة قـوية مع الطلبة الآخـرين من الفـصل الدراسى أو مـحـل الإقامـة، أو المبنى ذاته، أو الذين يجلسون بالقرب منهم بالمقارنه بالذين يجلسـون أبعد حتى وإن كانوا من الفصل ذاته. ومع ذلك، فإن بعض البـحوث تفترض أن القرب الشـديد يمكن أن يقود أيضا لتـوليد درجة من العداء بين الأفـراد، وبالتالى فإن الأمـر هنا يتوقف على طبيعة التـفاعل والمعلومات المتبادلة بين الأفراد فى هذه الحـالة، فالقرب الشديد قـد يسمح بتـبادل المعلومـات وبالتفـاعل المتـزايد ما دامت المعلومـات إيجابيـة ومفيـدة، ويؤدى ذلك بالطبع إلى الحب، وإلا فإن العداء سوف يكون النتـيجة الأكثر احتمالاً.

وتظهر نتائج العديد من بحوث الإقناع، أن الاتصال المواجى بصفة عامة أكثر فاعلية من الاتصال غير المباشر أو عبر وسيط (١٦)، وعادة ما تفسر هذه النتيجة فى جانب على ضـوء مبدأ القرب، فكمـا أشرنا آنفاً ، فإن الأفـراد تنجذب أو تحب المصدر القريب مكانيا، لأن القرب يسمح بإمكانية التفاعل المكثف وبتبادل المعلومات، وتتدعم هذه الحقيقة أيضا على ضوء مبدأ الميل للإقبال على المصدر المألوف أكثـر من المصدر غـير المألوف، ومن المعـروف أن أفضل الطرق فـاعلية لخلق المألوفية هى القرب المكاني.

٤ـ التعـاون: يتجـه الأفراد إلى حب الآخـرين الذين يتـعاونون معـهم فى محـاولة الحصـول على مكافآت لأنفسـهم. وفى المقابل فـإنهم يكرهون هؤلاء الذين يعوقون مـحاولتهم للحصـول على هذه المكآفات بفعل الحقـد أو المنافسة على المكآفاة ذاتها(١٧) .

وإذا تجاونا التشابه، والألفة أو الحب، إلى الجاذبية الجـسمانية أو الفيزيقية، فإننا نجد أن الكثير من الاحكام الفردية حيال الأفراد الآخرين تقوم على أساس المظهر الجسمانى لهم(١٨) . وعلى الرغم من أن العقل الإنسـانى لا يتوافر لديه أى مقيـاس عام للجمال بخصـوص الجسم البشري، كـما يقول دارون، إلا أن نقص هذا المقياس لم يعوق المحاولة لتحديد الجاذبية الجسمانية. وقد استخدمت معظـم الأبحاث فى ذلك طريقـة الحقيـقة بالاجـماع، لتـحديد هذه الجـاذبية. ومؤدى هذه الطريقة، أنه إذا اتجه العدد الأكـبر من الأحكام لتصنيف الشخص على أنه جذاب جسمانياً فإنه عنئذ يصبح كذلك.

وتشير العديد من الأدلة والشواهد، بأن الجاذبية الجسمانية للفرد تعد محدداً مهـما لتحديد كـفاءته التأثيـرية، حيث تؤثر الجاذبيـة الجسمانـية على تقييـمات الآخرين، فالشكل الحسن أو القبيح، والجسم الفـارغ، أو النحيف، والممتلئ الصحة أو العليل والملابـس النظيفة أو القذرة... إلخ، كلها عـوامل متداخلة تساهم فى تحديـد درجة الهيبة والاحـترام للفرد فى الوسط الذى يتفـاعل فيه، وبالتالى فى التأثير على قدراته الإقناعية، وفى دراسة أجراها «ميلز» و«أرنسون» عام ١٩٦٥(١٩) . أظهرت النتائج أنه فى حالة إفـصاح كل مصدر عن نواياه فى الإقناع، كان المصدر الجذاب جسمانياً أكثـر إقناعا وتأثيراً من الآخر. وقد اختبر ميلز وارنسون الجاذبيـة الجسمانية من خلال تقديم مـصدر (أنثي) فى موقفين. موقف جـذاب ترتدى فيـه الملابس الأنيقـة مع تسريحة شـعر مـعتدلة وبـسيطة ومكياج مناسب ومتناسق، ومـوقف غير جذاب حيث ظهرت الفـتاة فى ملابى رثة وخليعة وشـعرها غير مرتب ومكيـاجها غير مـتسق ومناف للذوق، ويوجد على شفتهـا العليا بعض الشعر، والمنظر كان بصفة عامـة غير طيب أو مألوف. وقد تلاحظ أن الفتـاة عندما ظهرت فى الموقف الأول كانت أكثـر تأثيراً، ومال المبحوثون من أفراد العينة لقبول توصـياتها بالمقارنة بالحالة الثانية. وعلى الرغم مما قد يشـار من تحفظات حـول نتائج مـثل هذه الدراسات، وعدم الـقدرة على التعـميم، مـا دام عالم الحـياة اليـومية لا يكـشف عادة عن مثل هـذه الفروق الشـاسعـة من تباين المـظهر الجـسمـاني، إلا أن الدراسـات الحديثـة للجاذبيـة الجسمانية للمصدر فى مواقف أكثر واقعية ومحاولة الإجابة على التساؤل: لماذا يعد المصدر الذى يتمتع بالجـاذبية الجسمانية أكثر تأثيـراً من غيره، قدمت العديد من التفـسيـرات، التى استندت أسـاساً على نظريات تشكيل الانطبـاع فى علم النفس الاجتماعى التى تظهر أن الأفراد تميل إلى تشكيل انطباعاتها لبيئتها بطريقة مفهـومة لهم، وبسرعة شديدة، باسـتخدام أول بيانات للمـعلومات تتاح لهم، وحيث أن الجاذبية الجـسمانية هى سمات الأفراد التـى يمكن أن تلاحظ مباشرة وبصورة فورية، فـإنه يتم استخدام هذه المعلومات فى تـشكيل الانطباعات عن الآخرين. وكـثيراً ما يربط الفـرد خصائص الشخـصية اللطيفـة أو الطريفة مع الجاذبيـة الجسمانيـة لهذا الفرد. وعلى ضـوء ذلك تتحدد جاذبيـة هذا الفرد أو قدرته على التأثير.

ومع ذلك، فإن مثل هذه الانطباعات الأولية للمصدر، التى تقوم على الجاذبية الجسمانية، يمكن أن تتغير كلما أتيح المزيد من المعلومات عن هذا المصدر. ومن هنا فإن أثر الجاذبية الجسمانية على الإقناع والتأثير فى الآخرين، غالباً ما يكون قصير المدي، وبالذات عندما لا تتاح للمتلقى الطرق لاكتساب المزيد من المعلومات عن طبيعة أو انتماءات هذا المصدر ونواياه الفعلية.

٣- النفوذ (Power)

بعض مصادر الاتصال لا تتمتع بالمصداقية أو الجاذبية ولكن مع ذلك، تعد مؤثرة وفاعلة إلى حد كبير فى تغيير آراء واتجاهات وتصرفات الأفراد الآخرين فى مجريات الحياة الفعلية هذه المصادر تتمتع بالسلطة أو النفوذ، وهو العامل الثالث من محددات المقدرة التأثيرية للفرد.

ويرى «كيلمان» أن الفرد الذى يتمتع بالنفوذ والقوة فى البيئة الاجتماعية لديه ثلاث خصائص ملحوظة: السيطرة، والاهتمام، والمراقبة [٢٠] . **والسيطرة** أو القدرة على التحكم هى المدى الذى يدرك فيه المتلقي، أن المصدر قادر على توجيه الثواب أو العقاب إليه. وقد أظهرت نتائج الأبحاث فى هذا المجال، أن سلطة العقاب أو سلطة الثواب أو المكافأة تؤثر بصورة متساوية فى توليد الاستجابة أو الخضوع لتعليمات المصدر[٢١] . وبالطبع كلما تزايدت المكافآت أو المنافع التى تعود على الفرد (المتلقي) تزايد اقترابه من المصدر وتزايدت بالتالى فاعلية الأخير فى الإقناع والتأثير.

ويشير **الاهتمام** إلى درجة تقدير المتلقى لمدى حرص المصدر على الانخراط فى مشاكله والتوحد معه، والحرص على مصلحته، ويساعد مثل هذا الإدراك من جانب المتلقى على الميل للاستماع إلى نصائح المصدر، وبالطبع كلما تزايد الاهتمام والتوحد مع المتلقى زاد الميل لتقبل هذه النصائح والتأثر بشخصية المصدر. **والمراقبة** هى المدى الذى يمكن أن يكون فيه المصدر قادراً على ملاحظة الآخرين وتحديد ما إذا كان المتلقى يستجيب أو لا يستجيب للنصائح، وبالتالى اتخاذ القرار الصحيح فى منح أو منع المكافآت أو إنزال العقاب. والمؤكد أن أدنى أفول أو ضعف فى هذه العناصر الثلاثة (السيطرة، الاهتمام، المراقبة) سوف يضعف من نفوذ الفرد وبالتالى مقدرته التأثيرية، والعكس يصبح صحيحاً أيضاً فى هذه الحالة. ويحدد الشخص بأنه صاحب نفوذ كلما تزايدت درجة إذعان الآخرين لآرائه أو القبول العام لتوصياته بدون وعد خاص مسبق. وعادة

ما يشغل هؤلاء الأفراد مراكز مهنية أو اجتماعية متميزة فى البيئة الاجتماعية تتيح لهم ممارسة هذا النفوذ وفرض الإذعان على الآخرين للاعتبارات المشار إليها آنفاً.

وبجانب العناصر الثلاثة العامة المشار إليها: المصداقية، الجاذبية، والنفوذ، تفرض كل ثقافة أو بيئة حضارية معينة، وكما أشرنا من قبل، طبيعة الملامح التى تحدد هوية الشخص المؤثر، أو درجة قوة أو فاعلية كل عنصر من العناصر المختلفة التى تساهم فى تشكيل الشخصية القوية أو المؤثرة. فمثلاً التدين، يعد أحد العناصر الرئيسية المهمة فى تشكيل ملامح الشخصية المؤثرة فى المجتمع المصري، على عكس الحال مثلاً فى المجتمع الأمريكى. فقد اشتهر المصرى عبر مختلف العصور بالتمسك الشديد بالدين وشغفه المستمر بالحديث فى الشئون الدينية، والاستماع إلى القصص الديني، وترديد الحكم والمواعظ الدينية فى الأحاديث والحجج الإقناعية. وتشكل الثقافة الدينية بذلك الإطار العام لرؤية المصريين للأحداث، وتحديد الخير والشر والفضائل والرزائل، والحلال والحرام والحقوق والواجبات. ويقدر المصرى ويحترم بذلك من مختلف الفئات الاجتماعية، كل من تتوافر لديه الثقافة الدينية أو كل من يتمسك بها أو يظهر بمظهر دينى واضح، ويبدى استعداده أو غيرته على الأمور الدينية، وعلى النقيض من ذلك، تنخفض مكانة وتقدير المصريين لكل من ينتهك الأحكام الدينية أو يفرط فيها أو يستهزئ بها فى أقواله وتصرفاته. وهكذا كلما تزايد تدين الفرد وثقافته الدينية تزايدت قدرته التأثيرية، ويلاحظ، هنا أن هذه الصفة أو الخاصية من خصائص المصدر المؤثر تراقب جيداً بشكل مدقق من جانب الأفراد المتلقين، حيث لا يتوقف الأمر هنا على المستوى اللفظى أو المعرفة بالأمور الدينية والحديث عنها، ولكن تمثل الفرد فى ممارسة حياته اليومية، لما يحث عليه الدين من صفات إيجابية مثل الأمانة، الصدق، والعدل، وحسن الخلق.. إلخ، وأى فصل بين المعرفة والممارسة فى هذا الجانب يضعف من فاعلية هذا العنصر فى تشكيل المقدرة التأثيرية للفرد. ومهما يكن ما طرأ من تشوه على هذا العنصر الثقافى فى حياة المصريين فى الوقت الراهن بسبب الأزمات الاقتصادية الطاحنة، أو الحملات الإعلامية المكثفة فى إطار ما يقال أو يكتب عن الإرهاب والتطرف الديني، فإن ذلك لم يغير من الأمر شيئاً، حيث يظل المصرى متديناً فى جوهره، ومحباً أو محترماً لكل غيور على دينه حريصاً

على التمسك بأحكامه، حتى لو تظاهر بغير ذلك، أو أخفى هذا الحب أو الاحترام لمجاراة ظروف معينة.

كذلك، فإن الثقافة المصرية، تعلى من قيمة الأصل أو المعدن والنسب، وكثيراً ما يجرى التمييز بين الأفراد على أساس أصولهم الاجتماعية، ذلك، أن العائلة، كانت على مر العصور تلعب دوراً هاماً فى الحياة الاقتصادية والسياسية فى المجتمع المصري، فهى التى تحدد النشاط الاقتصادى وحيازة الثروة لأعضائها، وتقدم لهم الأمن والحماية. وعلى الرغم من التطورات الاقتصادية والاجتماعية التى عايشها المجتمع المصرى فى الحقب الأخيرة وأثرت على دور النسق العائلى فى الحياة الاجتماعية، إلا أن هذا العنصر الثقافى لايزال موجوداً وفاعلاً، ويتمثل فيما يتردد على لسان العامة (ده ابن ناس)، (عنده أصل) (دا من عيلة محترمة) إلى غيرها من التعبيرات التى تشير إلى استمرارية التأكيد على المكانة الموروثة للأفراد أكثر من المكانة المكتسبة وكذا استمرارية درجة التقدير والاحترام للأفراد ممن ينتمون إلى العائلات العريقة. وبديهى أن تتزايد أهمية هذا العنصر فى تحديد المقدرة التأثيرية للفرد أو تقل بين المناطق الجغرافية المختلفة فهى قوية وفاعلة فى المناطق الشعبية والريفية، وأقل قوة فى المناطق الحضرية أو الصناعية وهكذا..

وأياً كان الأمر حول العناصر الفاعلة فى تحديد القدرات التأثيرية للأفراد والمستمدة كما يظهر العرض السابق من عناصر ذاتية تتعلق بشخوص الأفراد أنفسهم وعناصر موضوعية ترتبط أساساً بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، فإنه يمكن أن نخلص إلى بعض الملامح التى تقربنا من الشخصية القوية أو المؤثرة اتصالياً فالشخص المؤثرهو شخص:

١- نشط اتصالياً ومتعدد الصداقات والمعارف،وكثيراً ما يشغل وقت فراغه فى مواصلة التعلم، وحضور الندوات والمؤتمرات أو اللقاءات الجمعية، وخلال ذلك يستمتع بنقل معارفه أو أنماط سلوكه إلى الآخرين.

٢- لديه معارف ومعلومات متعددة بفعل الخاصية السابقة، وتتنوع مصادر إمداده بالمعلومات وبالذات المطبوعات (الجرائد، والمجلات والكتب) ويعمل باستمرار كمقدم مشورة ومحاولة التدخل فى معالجة المشكلات وإبداء الآراء.

٣- من السهل الوصول إليه والاحتكاك به، ومعروف على نطاق واسع نسبياً فى الوسط الاجتماعى أو المهني.

٤- لديه ميل للاهتمام بالآخرين والرغبة فى مساعدتهم، كما يحظى باحترام وحب الآخرين وبالسمعة الطيبة، ويقع فى الغالب فى الفئة العمرية المتوسطة (٣٠-٦٠ سنة).

٥- أكثر اهتماماً بالشئون العامة، والسياسات القائمة وما يدور فى البيئة المحلية أو الخارجية من وقائع وأحداث.

٦- أكثر دخلاً وأكثر رشادة فى الإنفاق، وبالذات عندما تنحصر إمكانياته المادية، وأكثر بذلاً فى العطاء والمساعدة ورغبة كبيرة فى تعظيم دخله، والارتقاء بأوضاعه المعيشية، وإن كانت هذه النزعة تقل مع تزايد العمر.

٧- ناجح فى عمله وأكثر استمتاعاً به ورغبة فى تجويده وتطويره.

٨- حاصل على مستوى أعلى من التعليم الرسمي.

٩- ينتمى إلى أسرة مستقرة ومترابطة اجتماعياً ولها مكانة متميزة.

ثالثاً : مداخل قياس وتحديد الأفراد المؤثرين

وأياً كانت الملامح السابق تحديدها حول طبيعة الشخصيات المؤثرة، فإنها تظل مجرد مؤشرات عامة. ويبقى التساؤل الأكثر إلحاحاً: كيف يمكن تعيين مواقع هذه الشخصيات القيادية أو اكتشافها فى الواقع الفعلي؟

وبداية، لايوجد شك فى وجود الشخصيات القيادية أو المؤثرة بالمواصفات المشار إليها آنفاً فى الواقع الفعلي، حيث يمكن للمرء أن يلمس بسهولة وجود أشخاص لهم نفوذ أو يجذبون الانتباه فى بيئتهم، وتصرفاتهم موضع اهتمام ويتمثلها العديدون، ونصائحهم يسعى إليهافى الغالب وهكذا. ورغم شيوع الإدراك العام بهذه الحقيقة، إلا أن المعضلة كانت تتمثل دائماً فى كيفية الوصول إلى هؤلاء الأفراد وتحديدهم بصورة دقيقة وموثوق بها وبلا مجهود أو نفقات كبيرة. ويكشف استعراض التراث البحثى المرتبط بموضوع تحديد القادة وبالذات قادة الرأى عن وجود أربعة مداخل رئيسية شائعة لقياس هذه القيادة فى الواقع الفعلي:

١- المدخل السسيومترى : (Sociometric)

يقوم هذا المدخل من مداخل البحث عن القيادة، على توجيه سؤال إلى المبحوثين عن الشخص (أو الأشخاص) الذين يتجهون إليه عادة للحصول على المعلومات أو النصيحة عن موضوع معين [٢٢] . والشخصيات القيادية هنا هم هؤلاء الأفراد الذين يحصلون على أكبر عدد من الاختيارات أو التكرارات السسيوميترية بين أفراد المجتمع. وهو فى ذات الوقت الفرد الذى يرتبط بأكبر عدد من العلاقات الشخصية. ويعد المدخل السسيومترى بذلك من أكثر المداخل قبولاً وانتشاراً فى قياس الشخصيات القيادية، حيث يتم تحديد هذه الشخصيات عبر عيون الآخرين فضلاً عن أن التساؤلات المطروحة هنا سهلة الإعداد والتوجيه وتتكيف مع الأشكال المختلفة للمجالات والموضوعات. ومع ذلك، فإنها تتطلب استقصاء أكبر عدد من المبحوثين لتحديد عدد محدود من الشخصيات القيادية. وهى بالتالى لا تتوافق مع العينة الثابتة التى تجرى عليها المقابلات الميدانية كعينة ممثلة للمجتمع. ونتيجة لذلك فإن المدخل السيسوميترى يعد أكثر ملاءمة فى التطبيق على عينة فى مجتمع صغير (قرية مثلاً) حيث تتاح الفرصة لكل عضو من أعضاء المجتمع أن يبدى رأيه واختياراته فى الشخص الذى يسعى إليه للحصول على المعلومات. ومن الممكن تحديد الشخصيات القيادية سسيوميترياً من خلال المسح بالعينة، حيث تختار عينة أصلية من المبحوثين فى مجتمع، والأفراد المختارين سسيوميترياً بهذه العينة يتم اختيارهم كعينة ثابتة وهكذا، ويتم التحديد السيسوميتري للمشاركين من خلال دعوة كل فرد من أفراد العينة إلى تسمية الثلاثة أو الأربعة أو الخمسة أفراد الذين ناقش معهم طريقة تنظيم الأسرة مثلاً، مثل هذا الطلب يدفع الفرد لتسمية شركائه الأكثر ارتباطاً فى الشبكة والاخرين الأقل ارتباطاً، وهكذا قد تسمح التساؤلات السسيوميترية لعدد غير محدد من الاختيارات وتترك الفرصة للمبحوث لتحديد أى عضو من الأعضاء جرت مناقشة الموضوع معه[٢٣] . وهناك أسلوب أخر فى المدخل السسيوميترى، وهو أسلوب القائمة حيث يزود كل مبحوث بقائمة من كل الأعضاء الاخرين فى المجتمع المعني، ويسأل: هل تحدث مع أى منهم وكيف؟ وهو أسلوب يتيح قياس أعضاء الشبكة الشخصية المرتبطين بقوة أو الأقل ارتباطاً على حد سواء.

٢- تقديرات الإخباريين :

هذا المدخل يقوم أساساً على انتقاء مجموعة مختارة بموضوعية من كبار الإخباريين فى المجتمع أو البيئة المعنية بتحديد الشخصيات القيادية. والإخبارى شخص مألوف أو معروف اجتماعياً، وحسن الاطلاع وعلى دراية كبيرة بشئون البلدة أو المجتمع، ويطلب من هؤلاء الإخباريين، بعد إعطاء كل مهم بطاقات مكتوب على كل واحدة اسم أحد أرباب الأسر فى البلدة، واستبعاد بطاقات من لا يعرفونهم، ثم تقسم البطاقات الباقية إلى عشر مجموعات متدرجة طبقاً لدرجات كل منها، وتبعاً لذلك، يحصل كل فرد أو رب أسرة على درجة معينة. طبقاً لرأى الإخبارى وبجمع الدرجات التى حصل عليها كل فرد لدى جميع الإخباريين نصل إلى الدرجة الكلية له والتى تضعه فى مرتبة معينة من القيادة فى البيئة محل الدراسة ويذكر «روجرز» أن خبرته الميدانية فى استخدام هذا المدخل تشير إلى أن عدداً قليلاً من الإخباريين لديهم القدرة على تحديد قادة الرأى فى المجتمع وبنفس الدقة التى يتيحها المدخل السسيوميتري، وبالذات عندما يكون المجتمع محدوداً، أو الإخباريون على دراية كاملة به وبشئونه ولكن المدخل هنا يتميز برخص التكلفة المادية، واختصار عامل الوقت.

٣- مدخل الاختيار الذاتي :

فى هذا المدخل يتم توجيه السؤال للمبحوثين حول ما إذا كان الأفراد الآخرون فى البيئة المعنية ينظرون إليهم باعتبارهم أشخاصاً مؤثرين ولهم دورهم فى المجتمع ويسعون إليهم دائماً لاستطلاع آرائهم فى موضوعات معينة أم لا. ويصاغ السؤال عادة هنا على النحو التالي: هل تعتقد أن الناس تأتى إليك طلباً للمعلومات أو النصيحة أكثر مما تفعل مع الآخرين؟ أو هل يسألك الاخرون عن معلومات أو نصائح؟ وقد لا يتبع هذا المدخل من خلال توجيه التساؤل، ولكن من خلال وضع الفرد لذاته على سلم متدرج بأن يعطى بطاقة مثلاً مرسوماً عليها سلم ذو عشر درجات، ويقال له على أعلى درجة من درجات هذا السلم يقف أفراد المجتمع الذين يلجأ إليهم الآخرون أكثر من غيرهم طلباً للنصيحة، وعلى الدرجة التى تليها من يقلون عنهم، وهكذا إلى أن نصل إلى أدنى الدرجات. ويطلب من المبحوث أن يضع نفسه على إحدى درجات هذا السلم، وفى هذه الحالة تعطى تسع درجات للفرد الذى يضع نفسه فى أعلى درجات السلم، وثمانى درجات لمن يضع نفسه على ثامن درجات السلم، وهكذا إلى

أن نصل إلى درجة صفر لمن لم يضع نفسه على أدنى درجة من درجات السلم[٢٤].

وأياً كان الأمر، فإن كفاءة هذا المدخل، تعتمد على قدرة المبحوثين على التحديد والحديث عن تصوراتهم الذاتية، وهى بذلك، تعد أكثر ملاءمة فى حالة انتقاء عينة عشوائية من المبحوثين فى المجتمع، كما يتميز بأنه يقيس مدركات الأفراد حول درجة قيادتهم التى توضح فى الواقع الفعلى مدى تأثير سلوكهم فى البيئة التى يعيشون فيها.

٤- الملاحظة :

فى هذه الطريقة يقوم الباحث برصد ومراقبة السلوك الاتصالى فى البيئة المعنية بالدراسة، كما يحدث فى الواقع الفعلي، وهو هنا يركز على أساليب المشاركة واللقاءات والتفاعل واتخاذ القرارات.. إلخ، وتتميز البيانات المستقاة من خلال هذه الطريقة بدرجة عالية من القبول والشرعية، إذا ما تمت مراقبة وتتبع السلوك الاتصالي، وخطوط شبكات الاتصال الشخصى بشكل جيد فى البيئة المعنية، ويعاب على هذه الطريقة أنها لاتعمل بكفاءة سوى فى المجتمعات المحدودة أو صغيرة الحجم، وحيث يتمكن الباحث من رؤية وتسجيل التفاعلات الشخصية، وعادة وفى مثل هذه المجتمعات الصغيرة ينظر الأفراد إلى تجميع البيانات من خلال الملاحظة على أنه نوع من التطفل أو الفضول يثير الحساسية أو على الأقل ينبه الأفراد إلى أنهم موضع للمراقبة لذا فربما يعملون بصورة مختلفة، كما تتطلب هذه الطريقة وقتاً وجهداً أكبر من جانب الباحث، وبالذات إذا كان السلوك الاتصالى يتميز بالبطء والمحدودية، كما هو الحال فى العديد من المناطق التقليدية.

وواضح من هذه المداخل السابقة لقياس الشخصيات القيادية فى البيئة أنها جميعاً، تتجه لقياس هذه الشخصيات من منظور درجة قيادتها للرأي، حيث ينصب الاهتمام الأساسى فى التعرف على الشخص الذى يقصده الآخرون أو يقدم هو نصائحه إلى الآخرين. ومن ذلك يفترض أو يتوقع التأثير، فالشخص الذى يعطى أو يقدم نصائح مثلاً هو شخص مؤثر، وهو افتراض كما أوضحنا من قبل، قد لا يكون صحيحاً فى بعض الأحوال، حيث يرتبط التأثير وتبنى السلوك أو الممارسة بجوانب عديدة، كالمصداقية، والجاذبية، والنفوذ وطبيعة

الموضوع. . إلخ ولقد أظهر الحديث السابق حول مواصفات الشخصيات القوية، أن إعطاء الرأى أو تقديمه، يعد نسخة واحدة فقط من هذه الشخصيات. ومن ناحية أخري، نجد أن المداخل الأربعة لقياس القيادة فى البيئة لا تصلح سوى فى المجتمعات المحدودة أو صغيرة الحجم، وفى الغالب فى المجتمعات التقليدية الزراعية فى الأساس فى معرض دراسة وتتبع ذيوع الأفكار الجديدة فى هذه المجتمعات، ودور قيادة الرأى فى هذا المجال. فى حين يصعب تطبيقها فى المجتمعات الكبيرة أو الحضرية.

وفى إطار الانتقادات التى وجهت لمفهوم قادة الرأي، والحاجة الملحة لتطوير هذا المفهوم ليعكس الطبيعة المتعددة للشخصيات المؤثرة، باتت الحاجة واضحة وملحة للبحث عن أداة منهجية أكثر ملاءمة للتوجهات الجديدة فى النظر إلى قادة الرأى ليس فقط باعتبارهم ناقلى معلومات أو مقدمى نصائح، ولكن أيضاً كشخصيات قوية ومؤثرة فى تقرير وتوجيه مجريات الأمور فى البيئة الاجتماعية، بصرف النظر عن حجم أو طبيعة هذه البيئة.

وقد ترتبط محاولة التطوير بالإجابة على التساؤل: ما هو المعيار الذى تبنى عليه الأداة المستخدمة فى قياس الشخصيات المؤثرة. والمؤكد، أن الافتراضات والمؤشرات التى قامت عليها المداخل الأربعة المشار إليها آنفاً، والتى تستند على معايير نقل أو تقديم المعلومات، أو المركز الاقتصادى الاجتماعى أو المستوى التعليمى للفرد أو المهنة أو العمر، أو درجة تعرضه لوسائل الإعلام. . إلخ وإن كانت - ما تزال ضالعة فى تشكيل مواصفات الشخصيات المؤثرة إلا أنها جميعاً، فضلاً عن أنها غير كافية أو صالحة فى جميع التجمعات، لا تتيح اكتشاف الشخصيات المؤثرة بسهولة. فنقل أو تقديم المعلومات، لا يعنى التأثير، كما أن المركز الاقتصادى الاجتماعى والمستوى التعليمى أو العمر أصبح فى حاجة إلى إعادة نظر على ضوء التحولات الاقتصادية والاجتماعية التى ألمت ببنية المجتمعات والارتفاع المستمر فى مستويات المعيشة خلال الحقب الأخيرة والانفراجة المطردة فى مستويات التعليم، وتغلغل وسائل الإعلام وانتشارها وقدرة العديد من الفئات على حيازتها أو استخدامها، وهكذا أصبحنا أمام ما يمكن أن نطلق عليه سيولة طبقية يصعب معها الحديث عن فروق جوهرية بالشكل التقليدى الذى قامت على أساسه مقاييس قيادة الرأي. فقد يوجد صاحب الدخل الأعلى والأقل تعليماً أو صاحب التعليم المرتفع والدخل

الأقل، وهكذا. وعلى ضوء هذا التعـقيد والتداخل والظروف المتغـيرة وأوضاع التحول التى تشـهدها مختلف المجتـمعات فى التسعـينيات، قام معهـد البحوث الألمانى «الين باخ» بالتعـاون مع مجلة دير شبيجل تحت إشـراف إليزابيث نويل نيـومان مديرة المـعهد الألـمانى، بوضع واختـبار مـيزان لقيـاس عمليـة التأثـير الشخصى يقوم على التقدير الذاتى للمبحوث، ويتشكل الميزان الذى أطلق عليه ميـزان قوة الشخصـية من عشـرة بنود جرى وزنها طبـقاً لدرجة ارتبـاطها مع المقياس الكلى وتتراوح درجاتها من (٧٥ إلى ١٤٩) درجة طبقاً للتوزيع التالى:

م	البنـــــــــــد	الـــوزن	
		نعم	لا
١	أنا دائماً أعتبر نفسى ناجحاً فى كل شئ أفعله	١٣	٧
٢	أنا نادراً ما أكون غير متأكد من الطريقة التى ينبغى أن أتصرف بها	١٤	٧
٣	أنا أحب تولى المسئولية	١٥	٧
٤	أنا أحب تولى زمام القيادة عند العمل الجماعي	١٧	٨
٥	أنا أستمتع بإقناع الآخرين بآرائي	١٥	٨
٦	أنا ألاحظ فى الغالب أننى أعمل كمرجع للآخرين	١٦	٨
٧	أنا موثق فى الحصول على ما أريد	١٤	٧
٨	أنا فى الغالب أتقدم الاخرين	١٨	٩
٩	أنا أمتلك العديد من الأشياء التى يحسدننى عليها الآخرون	١٥	٩
١٠	أنا غالباً ما أعطى الآخرين النصيحة والاقتراحات	١٢	٦
	إجمالى الدرجات العليا والدنيا	١٤٩	٧٥

كما تم التمييـز بين أربعة مستويات لقوة الشخصية: شخصـية قوية ودرجتها تتـراوح بين (١٤٩-١١١)، وفـوق المتـوسطة (١١٠-٩١) ومتـوسطة من (٩٠-٨١) وأخيراً تصنيف ضعيف الشخصية ويأخذ الدرجات من (٨٠-٧٥).

وحتى لا يقتـصر الأمر على مجـرد التقدير الذاتى للمبـحوث وللكشف عن النشاط الاتصالى والقدرة على القيادة والتأثير الشخصى للفرد فى مجرى الحياة الفـعلية، فـقد وضع الميـزان بنوده العـشرة فى إطار اسـتمـارة بحث تتضـمن تساؤلات أخـرى إضافيـة توجه للمبحـوث، وتتناول الخصائـص الإجتماعـية،

والديموجرافية للمبحوث ودرجة مشاركته فى المجتمع المحلى، وأنماط اختلاطه بالآخرين والبيئة الاجتماعية.

وقد جرى اختيار استمارة البحث بما تشتمل عليه من بنود ميزان قوة الشخصية والمتغيرات الأخرى فى جمهورية ألمانيا الاتحادية على العينة القومية. وتخلص «نيومان» أن الميزان بصفة عامة أثبت قوة تميز، ودرجة عالية من الثبات والصدق، وأن النتائج أظهرت العلاقة الوثيقة بين الشخصية القوية والعديد من السمات التى تميز الشخصيات المؤثرة كالميل لمساعدة الآخرين، والنجاح فى العمل، والدخل والتعليم المرتفع، والاهتمام بالشئون العامة. وتعدد المعارف والصداقات.. إلخ(٢٥).

وللتثبت من صلاحية المقياس للتطبيق فى ثقافات أخري، جرى اختباره فى إسرائيل على عينتين: الأولى (٦٥٠) مبحوثاً سحبت عشوائياً من الشباب اليهود حيث جرى مقابلتهم بالمنازل من خلال استمارة البحث بشكلها المشار إليه آنفاً، والثانية (٢٧٠) مبحوثاً من مجتمع الكيبوتز الإسرائيلي. ويخلص «جابريل ويمان» من مقارنة نتائج الدراسات التى أجريت باستخدام مقياس قوة الشخصية فى كل من ألمانيا وإسرائيل إلى التشابه الكبير فى النتائج مما يشير إلى قوة التمييز ودرجة الثبات والمصداقية التى يتمتع بها المقياس(٢٦).

وأياً كانت نتائج اختبارات ميزان قوة الشخصية أو درجة صلاحيته، فإننا نعتقد أنه لايزال فى حاجة للمزيد من الاختبار والتطوير، فمن ناحية يعتمد المقياس بالصورة التى طبق بها فى الأساس على التقدير الذاتى للمبحوثين، وهو أمر يعصب التنبؤ بنتائجه على ضوء الخبرات الميدانية للاعتماد على هذا التقدير فى الواقع المحلى وخصوصاً أن الحديث عن نجاح تطبيق المقياس فى مجتمع آخر غير المجتمع الألماني، وهو المجتمع الإسرائيلى غير مقنع أو محل شك ذلك أن الفروق بين الثقافة الألمانية والثقافة الإسرائيلية ليست كبيرة، إذا أخذنا فى الاعتبار أن الجذور الأولى لمعظم سكان إسرائيل تنتمى إلى الثقافة الغربية، كما أن الميزان يركز على عناصر ترتبط بقوة الشخصية ويتجاهل عناصر أخرى عديدة مثل المصداقية والجاذبية، والنفوذ، والتدين، والنسب.. إلخ، وهى عناصر تشكل معاً المقدرة التأثيرية للفرد أو حتى تدعم قوة شخصيته خلال التفاعل الاتصالى للفرد فى مجرى الحياة الفعلية.

مراجع الفصل الرابع

(١) أفرت م. روجـرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامى ناشد، القاهرة، عالم الكتب، د.ت. صـ٢٦٠.

(٢) انظر فى ذلك:

Paul F. Lazarsfeld. Bernard Berelson and H., Gaudet, the People's choice, N.Y. Colombia university Press, 1944.

(٣) انظر مراجعات وافية لهذه الدراسات فى المرجع التالى:

Everett Rogers & Shoemaker, F., Communication of innovations, Across - Cultural Approach, N.Y: Free Press, 1971.

(٤) انظر على سبيل المثال الانتقادات المنهجية التى قدمها كاتز لمفهوم قادة الرأي:

Elihu Katze, Communication Research since Lazarsfeld, public opinion Quarterly 51, 1988, pp 525 - 545.

(٥) انظر فى ذلك: جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٨ صـ٤٤٨.

(٦) انظر فى ذلك:

GABRIEL WELMann, The influentials: Back to the Concept of opinion Leaders, Public opinion Quarterly Vol., 55,2, Summer 1991, pp 266 - 279.

(٧) انظر فى ذلك:

E., Noelle, Neumann, identifying opinion Leader, Paper Presented at the 38 thESOMAR Conference, Wiesbaden, 1985, p. 47.

(٨) نقلاً عن:

GABRIEL WELMann op. cit p. 276.

(٩) نقلاً عن:

Alexis S. Tan, Mass Communication Theories and Research second Edition, N.Y., Macmillan Publishing Company, 1985 p. 113.

(١٠) E. Katz, The two step flow of communcation: An up to date report on an Hypothesis, public opinion Quarterly 1957, 21, 67-78.

(١١) انظر فى ذلك:

Alexis S. Tan, Mass Communication theories and research, op. cit. p. 114.

(١٢) انظر:

Ellen Berscheid and Elaine Walster, Interpersonal attraction (Reading, Mass: Addion - Wesley, 1969.

(١٣) انظر :

Alexiss Tan, Mass Communication theories and Research op. cit p. 117.

(١٤) انظر فى ذلك:

William McGuire, the Nature of Attitudes and Attitudes change, in G. lindzey and E. Aronson (eds) The Hand book of social psychology, 2nd ed., Vol. 3 (Reading. Mass: Addison wesley, 1969, pp 177-199.

(١٥) انظر فى ذلك:

Berscheid and Walster, interpersonal Attraction, op. cit.

(١٦) انظر:

L. Festinger, S. Schachter, and K. Back, Social pressures in informal Groups: Astudy of Human Factors. in Husing N.Y. Harper 1950.

(١٧) انظر فى ذلك:

R.E. Goranson and L. Berkowitz, Reciprocity and Responsibility Reaction to Prior Help, Journal of personality and social psychology 3, 1966, p. 227.

(١٨) انظر فى ذلك:

Alexis S. Tan, Mass communication theories and research, op cit p. 112.

(١٩) انظر فى ذلك :

J.Mills and E.Aronson, opinion change as A Functions of the Communication's Attractiveness and Desire to influence, Journal of personality and Social psychology, 1,1965, pp 173 - 177.

K.Kelman, "Compliance identification and internalization" Journal of conflict Resolution, 2, 1958, pp, 51-60.

(٢١) انظر فى ذلك :

McGuire, op. cit pp. 194-195.

(٢٢) عبدالعزيز محمـد ومحمد أحمد فريد، القيادة الريفيـة، فى موضوعات تدريبية فى الإرشاد والتكنولوجيا الزراعية، القاهرة، مركز البحوث الزراعية، ١٩٨٤ ص١٠٠.

(٢٣) انظر فى ذلك :

E. Rogers, Diffusion of innovations, third Edition, N.Y. Free press, 1982.

(٢٤) عبدالعزيز محمد ومحمد أحمد فريد، مرجع سابق ص ١٠١

(٢٥) انظر فى ذلك :

ELisabeth, Noelle - Newmann, op cit.

(٢٦) انظر :

GABRIEL WEIMANN, op cit p 271.

الفصل الخامس
المقدرة التأثيرية للأئمة
(النموذج والتحديات)

تفرض المناقشة السابقة للملامح العامة للمؤثرين وللأساليب والمداخل المنهجية المستخدمة فى تحديد واكتشاف الشخصيات المؤثرة فى الواقع الفعلى التساؤل، لماذا افترضت الدراسة أن الأئمة نموذج من نماذج المؤثرين؟ وعلى أى أساس قام هذا الافتراض؟ ولماذا الأئمة بالذات دون سائر رجال الدعوة؟ وهل يعتبر الأئمة نسق اتصال رسمى أم طبيعى؟ وما هى طبيعة التحديات التى تواجه هؤلاء الأفراد وتعوق قدراتهم التأثيرية؟ وتعد محاولة الإجابة على مثل هذه التساؤلات من خلال هذا الفصل غاية فى الأهمية، فعلى ضوئها تتأسس افتراضات العمل الميدانى للدراسة الراهنة، وتقييم الأداء الاتصالى للأئمة فى بناء الاتصال بالمجتمع المصرى. وبصورة محددة يتناول الفصل مناقشة العناصر التالية:

١- الأئمة كنموذج للمؤثرين.
٢- الهوية الاتصالية للأئمة.
٣- تحديات المقدرة التأثيرية للأئمة.

أولاً: الأئمة نموذج للمؤثرين:

على الرغم من تعدد مسميات رجال الدين العاملين فى مجال الدعوة، الإمام، مقيم شعائر، الشيخ، الواعظ، الداعية.. إلخ. إلا أنهم جميعاً يعملون فى إطار جهاز الدعوة الذى تشرف عليه وزارة الأوقاف، ومشيخة الأزهر، فالإمام والخطيب، ومقيم الشعائر، والواعظ، يعملون فى المساجد التى تشرف عليها وزارة الأوقاف. والواعظ والداعية، هى مسميات تنصرف عادة على من يعمل أيضاً بتكليف من مشيخة الأزهر[1]. مع احتمالية أن يعمل الداعية بصورة مستقلة وبمبادرة شخصية تأسيساً على أن الدعوة إلى الله، واجبة على كل مسلم ومسلمة. وعدم أحقية أى إنسان فى الادعاء لنفسه صفة الحديث باسم الدين، وحق الانفراد بمعرفة رأى السماء وتفسيره فيما يتعلق

بشئون الدين وأمور الدنيا، ويستوى فى ذلك أن يكون هذا الادعاء من قبل فرد يتولى منصباً دينياً أو منصباً سياسياً وسواء صدرت هذه الدعوة من فرد أو من مؤسسة فكرية أو سياسية[٢]. وكلما اتسعت ثقافة الفرد الدينية وتعمقت، واجتهد فى نشر آرائه واجتهاداته الدينية، أطلق عليه صفة الداعية وهى صفة كما أشرنا متاحة لكل فرد مسلم ولا تميز فى ذلك سوى الاجتهاد والرغبة للعمل فى سبيل الله.

وتأسيساً على هذا الفهم، فقد ملنا إلى تفضيل استخدام مفهوم الإمامة لأنه أقرب فى تصورنا إلى مفهوم المؤثرين الذى تتبناه الدراسة عوضاً عن مفهوم قادة الرأى، حيث يحمل لفظ الإمامة من معانى العلو أو السمو والريادة والمرتبة العليا، إنه يشير إلى ذلك الشخص الذى يؤم الناس ويعظهم ويتقدم صفوفهم فى الصلاة ويقف خطيباً ومتحدثاً بينهم، وهو بذلك يشغل مكانة طيبة لدى الآخرين. كما أنه يقوم بذات المهام التى يقوم بها الداعية، باستثناء بسيط هو أن الإمام يتخذ من المسجد ميداناً له حيث يعقد اللقاءات والندوات ويقدم الاستشارات ويلقى الخطب والدروس بينما الداعية قد يمارس هذه المهام داخل أو بعيداً عن المسجد، وبذلك يتسع مفهوم الإمامة ليشمل مهام الداعية، فى حين أن الداعية قد لا يرقى إلى مرتبة الإمامة بمعنى التبحر وشدة التفقه فى الدين.

ولعل هذه الحركية المتاحة أمام الداعية للعمل داخل أو خارج المسجد، وما قد يحمله مسمى إمام مسجد من دلالة وتقييد وظيفى واضح، وورود مصطلح الدعوة فى القرآن الكريم فى أكثر من موضع (ادع إلى سبيل ربك)، (ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير)، هو الذى دفع العديد من الكتاب إلى تفضيل إطلاق واستخدام مسمى داعية فى كتاباتهم، ومع ذلك، فإن ما ورد فى العديد من هذه الكتابات حول مهام الداعية لا يخرج كثيراً عن المهام التى يقوم بها الأئمة، فالدعاة وعلى حد تعريف البعض «هم الأشخاص الذين يحملون الدعوة إلى الناس بأعمالهم قبل أقوالهم وبسلوكهم وحسن سيرتهم قبل خطبهم ومحاضراتهم»[٣]. «والداعية هو شخص له باع كبير فى الدراسات الإعلامية وملم بفنون التوجيه وألوان النصح»[٤] وهى فى تقديرنا ذات المهام التى يفترض توافرها فيمن يتصدى لإمامة الناس أو وعظهم إن لم يتفوق الأخير بحكم إمامته فى علوم الدين والدنيا.

وأياً كانت المعانى والدلالات التى تحملها مسميات الداعية والإمام والواعظ.. إلخ، أو مبررات ميلنا لاستخدام مصطلح الإمام، فإن ما يهمنا الإشارة إليه هنا، هو أن الإمام أو رجل الدعوة، هو شخصية واسعة الاطلاع فى المجالات المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.. إلخ. ذلك أن رسالة الله إلى البشر أو سبيله التى ينهض الإمام بتحمل أعباء نشرها والدعوة لها، هى رسالة شاملة ومتكاملة تتصل بمجمل مجالات الحياة، ولا تقتصر على جانب واحد، فهى تمتد لتشمل العقائد والعبادات والمعاملات وقواعد السلوك والتفاعل الحياتى بين الناس كافة، وهو بذلك يعد شخصية قيادية - أو يفترض أن يكون كذلك - فى كل هذه المجالات، وأن مهمته هنا لا تقتصر على النقل والتوصيل أو إبلاغ رأى الدين فى جميع هذه الأمور، ولكن القيادة وضرب المثل والنموذج والسعى للإقناع والتأثير فى سلوك الآخرين.

ولكى يتحقق ذلك، ينبغى أن يكون شخصية قوية ومحبوبة يجلها الناس ويحترمونهاويسعون إليها بقدر ما يسعى هو إليهم، وهكذا تعد السمة التأثيرية أو الشخصية القوية سمة لصيقة من سمات شخصية الإمام، وهى أيضاً ضرورة لازمة لضمان نجاحه فى ممارسة مهامه فى مجال الدعوة. فتقدم الصفوف، وتصدر المجالس وإلقاء الخطب وعقد الندوات والدروس ليست مهام عادية أو روتينية بحتة يمكن أن يمارسها أى إنسان، ولكن تتطلب أو تفترض فيمن يمارسها أن يتوافر فيه عنصر القيادة والشخصية القوية مما يؤهله لمثل هذه الأعمال فى دنيا الممارسة الفعلية. ويعنى غياب هذه السمات فى شخصية الإمام عدم قدرته على تأدية رسالته على النحو الأكمل.

ولا تخرج المواصفات المطلوبة للشخصيات المؤثرة التى عرضنا لها من قبل عن المواصفات المطلوبة لشخص الإمام، فالمصداقية، والجاذبية، والهيبة، والنفوذ.. إلخ تعد سمات أصيلة أو مرغوبة يفترض توافرها فى الأئمة، ويزيد على ذلك أهمية توافر شروط معينة فيمن يتولى مهمة الأمامة :

١- أن يكون مؤمناً برسالته متفهماً لطبيعة عمله، عارفاً بلغة الحوار والنقاش مع الجماهير، وعلى درجة كبيرة من الذكاء والحذق والحنكة.

٢- أن يكون حافظاً للقرآن الكريم ومحسناً لتلاوته، دارساً للأحاديث، ملماً

بقسط من السنة ومن العلوم الحديثة، ومحباً باستمرار للاطلاع والاستزادة من العلم والتفقه، ومتابعاً جيداً للأحداث الداخلية والخارجية، حتى يتمكن من مواجهة ما يلقى عليه من أسئلة أو استفسارات[٥].

٣- الكياسة فى الحوار، والعقلانية فى إبداء الآراء وتقديم الحجج، ووضوح الصوت، وعذوبة الحديث، وعفة اللسان والأفق الواسع.

٤- أن يتمتع بالسمعة الطيبة والسلوك الحسن والمعاملة الطيبة والمشاركة، يسعى إلى الناس فى المناسبات المختلفة، ويندمج معهم دون تحيز لفئة، ويبعد عن التيارات الحزبية أو الطائفية.

٥- ميالاً لمعاونة الناس فى حل مشكلاتهم والإصلاح بين المتخاصمين.

وهكذا تتعدد المواصفات الجسمانية، والنفسية والعقلية، والاجتماعية المطلوبة فى شخصية الإمام، والمؤكد أن بعض هذه الصفات فطرى أو وراثى، والبعض الآخر مكتسب يتأتى من خلال الإعداد والتكوين والتدريب، ويرى البعض أن هذه المواصفات الأخيرة أى المكتسبة لكى تتحقق بالشكل المناسب الذى يدعم من شخصية الإمام ينبغى أن تمر بعدة مراحل وهى[٦]:

١- **مرحلة التحصيل**: ويركز فيها على القرآن الكريم حفظاً وفهماً وإجادة للتلاوة، ودراسة القدر المناسب من الحديث الشريف والسنة النبوية، بالإضافة إلى تعلم لغة أجنبية مع إتقان اللغة العربية، كما ينبغى أن تشتمل مناهج الإعداد فى هذه المرحلة على سير رجال الدعوة، ومواقفهم وفى مقدمتهم سير الأنبياء والرسل، كما تشتمل على أمهات معارف العصر التى تؤثر فى حياة الناس وتشغل أفكارهم كعلوم الطبيعة والفضاء وغيرها من المعارف الحديثة وتكنولوجيا العصر.

٢- **مرحلة الإعداد للإمامة**: وفيها تتجه الدراسات القرآنية إلى تذوق أسرار العظمة والكمال فى القرآن الكريم والأحاديث الشريفة مع الاهتمام بأسباب النزول ومناسبات الحديث، فضلاً عن دراسة المجتمعات الحديثة، أو تقاليدها، وموروثاتها، وأبرز الاتجاهات الفكرية العالمية، ومذاهب العصر، وكذا دراسات علم النفس والأخلاق والمنطق.. إلخ.

٣- **مرحلة التدريب العملى**: وفى هذه المرحلة يجرى تدريب الإمام على كيفية مواجهة الجماهير من خلال التردد على المساجد والتجمعات، والنوادى،

والقاعات العامة، وكيفية إجراء الحوار والمناقشات، وعقد المناظرات وإلقاء الخطب والمحاضرات وغيرها من أشكال التفاعل والتلاقى مع الجماهير.. والتى يفترض أن يتولى الإمام زمام المبادرة والقيادة خلالها.

ثانياً: الهوية الاتصالية للأئمة :

يقصد بالهوية الاتصالية للأئمة التصنيف العلمى لتفاعلات الأئمة فى مجرى الحياة الفعلية، وهنا يثار التساؤل ما هو نوع الاتصال الذى يقوم به إمام المسجد؟ هل هو اتصال رسمى أم طبيعى؟ إن تحديد الهوية الاتصالية للأئمة من خلال الإجابة على هذا التساؤل، له علاقة بتحديد موقع الأئمة فى بناء الاتصال الكلى فى المجتمع، وكذا بالقدرات التأثيرية لهؤلاء الأفراد فى الواقع الفعلى.

وبداية، نوضح أن الأئمة يمارسون نشاطات اتصالية عدة لها طبيعة خاصة تمتد لتشمل أنماطاً مختلفة من أشكال الاتصال المتعارف عليها، فهو يمارس الاتصال الجماهيرى، من خلال خطبة الجمعة، ويتأتى وصف خطبة الجمعة بأنها اتصال جماهيرى، لأنها تجمع العديد من السمات التى تميز هذا اللون من الاتصال. فأولاً: يتميز عادة جمهور الخطبة بالكثرة العددية أى أنه جمهور غفير، وهو ثانياً، وهذا هو الأهم، جمهور غير متجانس يتباين من حيث السن، والمركز الاجتماعى والمهنى بل والنوع أيضاً. وثالثا: التفاعل حول موضوع الخطبة يأخذ اتجاه واحد من الخطيب إلى المصلين. كما أن التغذية المرتدة محدودة. ورابعاً، كثيراً ما يصل مضمون الخطبة إلى قطاع عريض يتجاوز هؤلاء الذين حضروا الصلاة، حينما تستخدم مكبرات الصوت، وفى هذه الحالة، فإن قطاعاً كبيراً من النساء يستمعن إلى الخطبة وهن جلوس فى البيوت المجاورة للمساجد. كذلك، تتجه الإذاعة والتليفزيون إلى نقل شعائر صلاة الجمعة ومنها الخطبة عبر شبكاتها من أحد المساجد. وإمام المسجد هنا يعكس حالة من حالات الاتصال الجماهيرى الصرف.

ومع ذلك وإذا تجاوزنا حالات استخدام الإذاعة والتليفزيون فى نقل خطبة الجمعة من أحد المساجد، فإن الاتصال الجماهيرى الذى يمارسه إمام المسجد خلال الخطبة له طبيعة خاصة، حيث كثيراً ما يأتى إلى الخطيب بعض الأفراد ليسأل أو يستفسر عن أمر من الأمور التى وردت فى موضوع الخطبة، أو يعلق

على بعض جوانب هذا الموضـوع، وهنا قد يدخل الإمام فى حـوار تفاعلى مع هؤلاء الأفراد ويحصل من خلالهم على تغذية مرتدة مـباشرة وانطباع عام حول موضوع الخطبة، كـما يقوم الإمام بعد الانتهاء من الخطبة والصـلاة بعقد جلسة حوار (درس) عادة ما يأتى موضوعه امتـداداً لموضوع الخطبة فهو يشرح ويفسر ويلقى المزيد من الضوء ويضرب الأمثلة على مـا ورد فى الخطبة من أفكار بغية توضيحها وإجلاء ما قد يكون قد خـفى أو صعب فهمه منها أثناء إلقاء الخطبة، وفضلاً عن ذلك، فـإن هذا الحدث الاتصالى يجرى فى منـاخ إيمانى، ودرجة عالية من التـهيؤ وصفاء النفس والاستـعداد للاستماع إلى الخطبـة، ويشير كل ذلك، إلى أننا بصدد حـالة فريدة وغيـر مألوفة الحـدوث فى معظم إن لم يكن كل مواقف الاتصال الجماهيرى.

كما أنه - أى إمام المسجد، يمـارس الاتصال الجمعى، وذلك، عبر الندوات وحلقات الدرس والذكر التى يقـيمها كإحـدى مهام وظيفته فى مـجال الدعوة، ويأخذ هذا اللون من الاتصـال شكلاً منتظماً، وفى توقيـت معين بكل مسـجد يخضع للإشراف الفـعلى لوزارة الأوقاف، وعادة ما يحضـره جمع من الأفراد يتسع ويضيق تبعاً لتوقيت الدرس، وظروف الجو، وحجية الإمام، والمكانة التى يشغلها فى نفوس الأفراد، وطبقاً للصورة النمطية السائدة عن شخصيته.

كذلك، يمارس الإمام، الاتصال الشخصى المبـاشر وجهاً لوجه، عبر لقاءاته وتفاعـلاته مع أفراد الجـمهـور من مرتادى المسـاجد للصـلاة أو أفراد الحى أو المنطقة أو القرية التى يقيم فيهـا الإمام. وعادة ما تهدف اللقاءات فى هذا اللون من الاتصال للاستـفسار عن مشكلة أو تفـسير معنى أو التدخل لمعـالجة إحدى المشكلات الاجتماعية أو المادية أو فض خصومة.. إلخ.

ونظراً لهذا الدور الاتصالى المتميز للإمام، وما يقوم به من لقاءات جماهيرية أو جمعـية أو شخصـية والمكانة التأثيـرية التى يشغلها فى نفوس الأفـراد، فإنه كثيراً ما يتجه إليه فى المواقف التى تتطلب التـعبئة وحشد الجهود، والحث على العمل التطوعى، أو الجماعى مثلـما هو الحال فى الكوارث والنكبات والمخاطر التى تهـدد حياة الأفـراد. كمـا يتم التوجـه إليه وبالذات فى المناطق الشـعبـية والريفية بغـية إدخال تجديدات إلى البيـئة من أجل الارتقاء بمستوى الحـياة بهذه المناطق التى تتضاءل أنماط الاتصال الأخرى - لأسباب عدة - للعمل بها بفاعلية

فى مجال التغيير والتنمية.

وبهذا الشكل يعمل إمام المسجد كمصلح اجتماعى، وقائد رأى، ووكيل تغيير فى مجالات عدة فضلاً عن مهمته الأساسية فى مجال الدعوة إلى سبيل الله وتعليم الفرائض الصحيحة، وأحكام الشريعة السمحة فى البيئة التى يعمل بها. ومعروف، أن المصلح الاجتماعى أو قائد الرأى عادة ما يمارس نشاطه الاتصالى بصورة طبيعية أو بمبادرة فردية وتبعاً لما يتمتع به من مكانة ونفوذ بين الأفراد، وأن وكيل التغيير يعمل فى إطار جهة أو هيئة يعد هو مندوباً عنها، وهو هنا يمثل نمطاً من أنماط الاتصال الرسمى، حيث يتوافر الهدف، والتنظيم، والتخطيط، والتمويل، والمتابعة، والسعى بصفة عامة لتحقيق سياسات معينة من وراء التغيير.

وإذا كان الإمام مصلحاً اجتماعياً، وقائد رأى، ووكيل تغيير، فإن ثمة تساؤلاً تفرزه مثل هذه الأوصاف: هل يمارس الإمام اتصالاً رسمياً أم طبيعياً؟ والواقع أنه يمارس كلا النوعين من الاتصال. وهذا ما يجعله قناة اتصال لها تميز خاص ومساهمة أكبر فى مجال تداول المعلومات والإقناع على امتداد المناطق الجغرافية المختلفة فى المجتمع.

الأمام كقناة اتصال رسمية:

يقصد بقناة الاتصال الرسمية هنا، تبعية الإمام لتنظيم معين يتولى مهمة وضع السياسات والضوابط التى يعمل فى إطارها الإمام والإشراف بصفة عامة على نشاطه الاتصالى فى مجال الدعوة. ويشرف على شئون الدعوة الإسلامية بالداخل عدة جهات منها:

أ- وزارة الأوقاف :

تتولى وزارة الأوقاف عدة اختصاصات منها :

١-نشر الدعوة الإسلامية فى الداخل والخارج.

٢- مباشرة أعمال الخير والبر.

٣- تنمية موارد الوزارة واستثمار أموالها بما يساعدها على تحقيق الهدفين الأول والثانى.

وطبقاً لهذه الاختصاصات، تقوم الوزارة بنشر الثقافة الإسلامية وبث الوعى

الدينى بمختلف الوسائل، وإنشاء المساجد والإشراف على شئونها سواء التابعة للوزارة أو التابعة للأهالى ومدها بالقوى العاملة اللازمة من أئمة، وخطباء، ومقيمى شعائر وخدم، والنهوض بمستواها بما يحقق قيامها بأداء رسالتها لتكون مركزاً للإشعاع الدينى والثقافى.

ومن الناحية القانونية أو الافتراضية، تمارس وزارة الأوقاف الإشراف على جميع المساجد الأهلية، فقد نص القانون رقم ١٥٧ لسنة ١٩٦٠ على ضم المساجد الأهلية إلى وزارة الأوقاف، ونظراً لأنه لم يتيسر ضم هذه المساجد لاحتياج معظمها إلى المعاونة المالية سواء للتعمير أو لإقامة الشعائر، فقد أعدت الوزارة نظاماً بديلاً، فاستصدرت القانون رقم ٨٩ لسنة ١٩٦٤، الذى نص على أن تقوم الوزارة بتعيين الأئمة العاملين بالمساجد الأهلية ندباً من بين موظفيها. وبذلك، يتحقق للوزارة الإشراف عليها وإشراكهم وإلزامهم بخطوط التوعية وفقاً للسياسة التى تتبناها الوزارة.

ومن الناحية الواقعية، بلغ عدد المساجد التابعة لوزارة الأوقاف (٣٥٥٨) مسجداً فى نهاية عام ١٩٧٠، وازداد عددها خلال حقبة السبعينيات حتى وصل عددها (٦٠٧٥) مسجداً فى نهاية عام ٨١/ ١٩٨٢. أما فيما يختص بالمساجد الأهلية، فقد بلغ عددها (١٤٢١٢) مسجداً خلال الستينيات وارتفع عددها إلى (٢٦٠٠١) مسجد عام ٨١/ ١٩٨٢(٧).. وإن كان الرقم الحقيقى لعدد المساجد الأخيرة غير معروف ولا تتوافر إحصاءات يمكن الوثوق بها فى هذا المجال، حيث شهدت فترة الثمانينيات توسعاً كبيراً فى بناء المساجد الأهلية أسفل العمارات والعزب والكفور، وبلا ضوابط. كما أن هناك أعداداً غير محددة من الزوايا التى تصل بها بعض التقديرات إلى ٣٢ ألف زاوية على مستوى الجمهورية. وفى إطار موجه الإرهاب الأخيرة فى المجتمع، واتهام الجماعات الإسلامية باستغلال المساجد الأهلية، تسعى وزارة الأوقاف جاهدة لإحكام إشرافها على المساجد الأهلية من خلال توفير القوى العاملة بها وبالذات الأئمة وتدبير الاعتمادات المالية لإعانة هذه المساجد.

ومع ذلك، وعلى الرغم من ارتفاع نسبة المساجد التى تتولى وزارة الأوقاف الإشراف عليها فعلياً فى إطار سياسات مكافحة التطرف والعنف التى تتبناها الدولة بصفة عامة، فقد طلبت الحكومة من وزارة الأوقاف وضع خطة منذ ثلاث سنوات تنتهى مدتها مع بداية ١٩٩٥، لضم كل المساجد والزوايا، على

مستوى الجمهورية لسد كافة المنابر أمام الجماعات المتطرفة، وهو أمر بالغ الصعوبة أو يصعب تحقيقه فى الواقع الفعلى على ضوء الإمكانيات المادية أو البشرية المتواضعة للوزارة، وتشير بعض التقارير الصحفية إلى العجز الكبير فى إمكانيات الوزارة عن تحقيق هذه الخطة. فعلى مستوى المساجد الحكومية يوجد حالياً (٥٠) ألف مسجد تمكنت الوزارة من توفير (٣٩) ألف خطيب وإمام لها. والباقى خارج نطاق الإشراف الفعلى، كما يوجد (٢٩) ألف مسجد أهلى يتم تدبير خطباء لهم من خريجى معهد الدعاة وخطباء المكافآت(٨).

على أن ما يهمنا هنا، ويفيد الإشارة إليه، أنه مع الرغبة العارمة لدى وزارة الأوقاف لإنجاز خطة ضم المساجد وإخضاعها لإشرافها الفعلى على مستوى الجمهورية وتوفير الأئمة التابعين لها للهدف المشار إليه آنفاً، ومع النقص الحاد فى الكوادر البشرية المدربة جيداً لتولى مهام الإمامة والخطابة، لجأت الوزارة إلى الاستعانة ببعض الأفراد من غير المؤهلين جيداً، ووصل الأمر إلى تعيين بعض خريجى أقسام الفلسفة بكلية أصول الدين، للعمل بوظيفة إمام(٩). رغم أن تأهيل هؤلاء انصب أساساً للعمل بوظائف التدريس، كما اتجهت الوزارة إلى منح تصاريح بالجملة للخطباء فى المساجد الأهلية والحكومية والشرعية، دون التحقق جيداً من المستوى التأهيلى لهؤلاء الأفراد، وهو أمر يدفع الأهالى فى كثير من المواقع إلى عدم حضور صلاة الجمعة بالمساجد التى يتولى الخطابة بها هؤلاء الأفراد. كما أثرت سياسة التوسع فى الإشراف على المساجد، مع ندرة الموارد المالية بشدة على الأوضاع المعيشية للأئمة، حيث باتت الشكوى من قلة المرتب وتأخير صرف الحوافز، وندرة المكتبات أو المراجع.. إلخ.

وقد انعكس عدم التأهيل الجيد للعديد من الخطباء والأئمة، وتدهور أحوالهم المعيشية، فضلاً عن الرقابة الصارمة التى تفرضها الوزارة على أئمة المساجد بالتعاون مع الأجهزة المحلية والأمنية، فى ظل الظروف العصيبة التى تمر بها البلد فى الوقت الراهن، على الأداء الاتصالى العام للأئمة، وعلى المكانة التى يحتلونها فى المجتمع إلى الحد الذى دفع البعض إلى وصفهم علانية وعلى صفحات إحدى الجرائد القومية «بدعاة الجهل» الذين يعتلون المنابر فى كثير من المساجد، إنهم وعلى حد قول الجريدة، «يجهلون حفظ القرآن الكريم، ويجهلون اللغة العربية جهلاً مزرياً، ولا يعرفون من السنة صحيحاً ولا سقيماً. ومن خطإ فى الأحكام إلى لحن فى كتاب الله إلى جهل

بالتاريخ. وناشـدت الجريدة وزير الأوقاف أن يتـفضل بإيقاف هذاالسـيل العارم من تعييـن الأئمة بمقتضى مجـرد صك المؤهل، ولكن بضرورة عمل مـسابقات لاختيار الأئمة المناسبين»(١٠).

ب- الأزهـــر :

الأزهر مؤسسـة دينية وتعليميـة، وقد قامت هذه المؤسسـة الدينية بدور رائد خلال الحقب التاريخـية المختلفة فى حمل لواء الدعوة الإسلاميـة وصيانتها فى الداخل والخارج، وإمداد المجتمع برجال الدين القادرين على حمل لواء الأمانة، هذا فضلاً عن الدور التاريخى الوطنى لهـذه المؤسسة الدينية فى إشعال الثورات الوطنية للتخلص من الاحتلال والاستغلال.

ويساهم الأزهر وجـامعته فى إعـداد رجال الدعوة، ففى عـام ١٩٢٨، أقام الأزهر مسابقة بين علمائه لاختيار طائفة يتولون الوعظ فى المدن والقرى. وفى عام ١٩٣٠، صدر القانون رقم ٤٩ لسنة ١٩٣٠، الذى أنشـئت بمقتضاه كليات الشريعة واللغة العربية، وأصول الدين، ومدة الدراسـة بها عامان خفضت فيما بعد إلى عـام واحد، ثم انتهى الأمر بعـد ذلك بإلغائه واتجه الأزهر إلى تعـيين الوعاظ من بين خريجى أصول الدين بلا إعداد كاف.

وبصدور القانون رقم ١٠٣ لسنة ١٩٦١، ظهرت الأقسام العلمية المتخصصة فى كل كليـة، وكان من بين الأقـسام المسـتحدثـة فى الستيـنيات قـسـم الدعوة والثقافـة الإسلامية، وظهرت الحاجـة بعد ذلك لإنشاء كلية للدعوة الإسـلامية فصدر القرار الجمهورى رقم ٣٨٠ لسنة ١٩٧٨ بإنشائها ومقرها مدينة القاهرة، وبلغ عدد طلابهـا فى العام الدراسى ٨٣/ ١٩٨٤، ألفين وثمانمائة طـالب. كما تضم كليات أصـول الدين بالقاهرة والزقازيق، والمنـصورة وأسيوط والمنوفـية، وطنطا أقساماً للدعوة.

ولقد كـان التخـصص فى الدعوة فى كـليات أصول الديـن يبدأ من الفـرقة الثـالثة، وابتـداء من العام الـدراسى الجامـعى ٨٤/ ١٩٨٥، تقرر أن يبـدأ من الفرقة الأولى، ما عدا كلية أصول الدين بالقاهرة،كما صدر قرار بتعديل مسمى جميع كليات أصول الدين بالأقاليم إلى كليات أصول الدين والدعوة الإسلامية تأكيداً للدعوة الإسلامية بها(١١).

ولا يقتصر العمل فى مجال الدعوة على خريجى كلية الدعوة وأقسامها بكليات أصول الدين، وإنما يضاف إليهم خريجو الكليات الأخرى الشريعة واللغة العربية والدراسات الإسلامية، الذين يختارون لهذا المجال. ويساهم مثل هذا التوسع فى الإختيار. فى إطار النقص الكبير فى إعداد الأئمة. كما أشرنا آنفاً، إلى أن يتولى مهمة الدعوة بالعديد من المساجد أفراد لايصلحون أصلاً للقيام بهذه المهمة.

وأياً كان الأمر، وإذا تجاوزنا الدور التعليمى للأزهر، فإنه يوجد بهذه المؤسسة الدينية، الإدارة العامة للوعظ والإرشاد، وتسمى حالياً الإدارة العامة للدعوة والإعلام، تتولى مهمة الإشراف العملى على شئون الدعوة الإسلامية بالداخل، ويتبع هذه الإدارة حالياً ما يقرب من (٢٥٠٠) واعظ منتشرين فى مراكز ومدن وقرى ونجوع وكفور مصر، وهؤلاء الأفراد ليسوا ثابتين فى مكان محدد، وإنما ينتقلون من مكان إلى آخر طبقاً لمقتضيات الحال.

ومجال عمل الواعظ واسع لا يقتصر على إلقاء الدروس فى المساجد، فربما ألقى الواعظ درساً اليوم فى قرية، وغداً فى قرية أخرى، وربما ألقى درساً عصراً فى قرية ثم يذهب ليعزى فى جنازة ويلقى فيها كلمة. وربما جلس بعد المغرب أو العشاء للصلح بين زوج وزوجته أو للمشاركة فى صلح بين عائلتين. وربما تم انتدابه لهذا الصلح عن طريق أجهزة الأمن بما له من تأثير وعلاقات بالناس.. وهكذا، وواضح مما تقدم أن ميدان عمل الإدارة العامة للدعوة والإعلام بالأزهر، يمتد ليغطى تلك المناطق الجغرافية الريفية أو النائية التى لا تتمكن وزارة الأوقاف من تغطيتها بالأئمة، فتقوم هذه الإدارة بتغطية جانب منها من خلال إرسال الوعاظ غير المقيمين بمنطقة معينة نظراً لقلة عددهم واتساع المناطق الجغرافية التى تتطلب خدماتهم.

جـ- اللجنة العليا للدعوة الإسلامية :

فرضت الحاجة إلى وجود سياسة عامة للدعوة، والتخطيط لها على المستوى القومى، والتنسيق بين الأجهزة العاملة فى هذا المجال، التفكير فى إنشاء لجنة عليا للدعوة الإسلامية، وبالفعل صدر قرار إنشاء هذه اللجنة فى ١٥ فبراير عام ١٩٨٣، برئاسة الإمام الأكبر شيخ الأزهر، وعضوية عدد من كبار العلماء والمسلمين وبعض أعضاء مجمع البحوث الإسلامية، والوزراء المتصلين بشئون

الدعوة، وبعض المتخصصين فى الإعلام، ومن أهم اختصاصات هذه اللجنة ما يلى:

١- اقتراح خطط وسياسات الدعوة الإسلامية فى الداخل والخارج.

٢- دراسة الوسائل والإمكانيات الضرورية التى تساعد على نشرها.

٣- التنسيق بين الأجهزة المختلفة العاملة فى مجال الدعوة أو المتصلة بها.

٤- اقتراح التشريعات واللوائح المنظمة للدعوة.

وفى إطار كل هذه التنظيمات يعمل أئمة المساجد، ويتلقون التوجيهات، بل وتعد لهم الخطب أو موضوعاتها، وبالذات فى يوم الجمعة من كل أسبوع، حيث يتجمع أعداد غفيرة من الأفراد للصلاة والاستماع إلى الخطب التى يلقيها الأئمة من فوق المنابر وما يعقبها من دروس وحلقات يعقدها الأئمة بعد الصلاة أو فى توقيتات معينة فى بقية أيام الأسبوع، حيث يمثل كل ذلك نشاطات اتصالية ينظر إليها الأئمة عادة باعتبارها جزءاً من مهامهم الوظيفية مطالبون بأدائها وإلا عوقبوا على أى تقصير فيها.

الإمام كقناة اتصال طبيعية :

أشرنا من قبل إلى أن الدعوة إلى سبيل الله ليست حكراً على أحد أو طائفة، وإنما هى واجب على كل مسلم، ومسلمة تتوافر له المعرفة الصحيحة، والبصيرة النافذة، والإحاطة الكاملة بالخير وبالمعروف والمنكر.. والأئمة هم أكثر الأفراد إحاطة وعلماً، بكل هذه الجوانب، على الأقل بحكم الدراسات التى تلقوها فى مجال علوم الدين، ومن ثم، يسود لديهم اقتناع عام بأن ارتباطهم بوزارة الأوقاف، أو إدارة الدعوة بالأزهر، وتلقيهم أجراً مقابل مجهوداتهم فى مجال الدعوة، إنما هو تأدية واجب وسند تقتضيه فقط ضرورات الحياة المعيشية، وأن الأصل هو الجهاد والتطوع ابتغاء مرضاة الله والتأسى برسول الله ﷺ، ولذلك فهم عادة ما يميزون بين نشاطهم الاتصالى الرسمى ونشاطهم غير الرسمى أو الطبيعى، وباعتبارهم الأجدر بتحمل الأمانة وتقدم الصفوف وابتغاء الثواب والفلاح فى الآخرة، مصداقاً لقول الله تعالى، ﴿ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون﴾[١٢].

وتنعكس مثل هذه الروح خلال الأداء الاتصالى للأئمة، فنجدهم مثلاً يتعاملون مع توجيهات مديريات الأوقاف التى يتبعونها رسمياً بعقلية الموظف التى تقوم على المراوغة، أو الاستيفاء الشكلى للأمور، وعدم الإخلاص أو الجد فيما يطلب منه، بل والعمل أحياناً فى الاتجاه المناهض لها، كالصمت عن بعض الجوانب، أو عدم العرض الجيد للموضوع فى الخطبة أو استخدام أسلوب الغمز واللمز أو السخرية أو التهكم غير المباشر إلى غيرها من أساليب وأشكال المقاومة التى تبدو بوضوح لكل متابع للأمور، ضد الرقابة الصارمة التى تفرضها عليهم أجهزة الدولة المختلفة.

وفى المقابل، وبعيداً عن الرقابة المسجدية، فإن الكثير من الأئمة يمارسون نشاطات اتصالية مختلفة، تسودها الروح المشار إليها آنفاً، حيث يقومون عبر الشبكات الشخصية بترويج المعلومات حول الموضوعات المختلفة، عبر اللقاءات الفردية والجلسات العائلية أو الأهلية، وإبداء رأى الدين فيما هو معروض من موضوعات، أو التدخل لفض المنازعات، أو الخصومات أو التوفيق بين الأزواج أو عقد القران، أو الدعوة لحملة معينة أو تجسير العلاقة بين أصحاب المصالح المختلفة للإعداد لمشروع معين إلى غيرها من النشاطات الملموسة التى يمارسها العديد من الأئمة انطلاقاً من إقتناعهم بأن ذلك هو دورهم الطبيعى الذى يفرضه الواجب الدينى والوضع الاجتماعى للإمام باعتباره حاملاً لكتاب الله ومتفقهاً فيه ومجاهداً فى سبيله دون انتظار الأجر من أحد سوى مرضاة الله وثواب الآخرة.

وتساعد صناديق التبرعات والزكاة فى تدعيم الوضع الاجتماعى والدور الاتصالى للإمام، حيث يتولى عادة لجنة لحصر هذه الأموال والاتفاق على إنفاقها أو توزيعها فى تحسين الخدمة بالمسجد أو الإنفاق على المشروعات الخيرية. ومساعدة الأسر الفقيرة أو المعدمة من سكان المنطقة التى يقع بها المسجد.

وأياً كانت الهوية الاتصالية للأئمة، وسواء أكانوا يمارسون نشاطات اتصالية رسمية أو طبيعية، فإن حجم هذه النشاطات أو فاعليتها فى الواقع الفعلى سوف يتوقف إلى حد كبير على طبيعة التحديات التى يواجهونها فى الواقع وهو ما نتجه لمناقشته حالياً.

ثالثاً: تحديات المقدرة الاتصالية للأئمة :

إذا كان الأئمة يلعبون دوراً مؤثراً فى الحياة الاجتماعية عبر نشاطاتهم الاتصالية المختلفة، إلا أن طبيعة هذا الدور تواجه بتحديات عدة يمكن مناقشتها على مستويين: المستوى الذاتى والمستوى المجتمعى:

١- التحديات على المستوى الذاتى :

ترتبط التحديات على هذا المستوى، بطبيعة الضغوط والصعاب التى يواجهها الأئمة كبشر وأفراد فى المجتمع، ولعل أول هذه الضغوط هو الضغط الاقتصادى والمادى، ذلك أن الإمام يفترض أن له أسرة وأولاداً، ويعايش ظروف الأزمة الاقتصادية التى يعانى منها القطاع الأكبر من الأفراد فى المجتمع. والمشكل هنا أن الإمام ليس كغيره من الأفراد فهو بصفة الإمامة هذه ، وكرجل دين، مطالب بالاجتهاد والعبادة، والتجرد والزهد والاستقامة، والبعد عن المشاغل الجانبية، ومداومة الدعوة واستمرارها. وفى ذات الوقت، فإن ما يتحصل عليه من أجر من قبل الدولة، لا يمكنه من العيش الكريم والمظهر الحسن الذى ينبغى أن يظهر به بين الأفراد كرجل له احترامه وتقديره، والدعاة أو المتطوعون من رجال الدعوة فى عهد السلف الصالح، كانوا يعملون ويتاجرون بجانب قيامهم بأعباء الدعوة، ولكن الأئمة هنا غير مسموح لهم بمزاولة مهن أو أعمال أخرى إضافية توفر لهم دخلاً مناسباً يسمح لهم بالعيش الكريم. فماذا يفعل الإمام فى هذه الحالة، هل يلتزم بالتقشف والزهد. والانكباب على الدعوة ويترك أهله وأولاده دون رعاية وكيف يطلب ذلك من فرد فى ظل المغريات العديدة ومظاهر البذخ والإسراف والإنفاق الذى تمارسه بعض الفئات فى المجتمع. والقول بأن هناك فئات اجتماعية عديدة تعانى مما يعانيه الأئمة قول مردود عليه بأن هذه الفئات تعرف بوسائلها المختلفة كيفية الحصول على نصيبها من الثروة، سواء من خلال العمل بأكثر من مهنة، أو من خلال الانحراف فى ممارسة الأساليب غير المشروعة لتعظيم الدخل كالاختلاسات والتهريب، والرشوة، والمضاربات، والسمسرة.. إلخ. فى حين أن الأمر مختلف تماماً لدى الأئمة. **فبداية هو مطالب بالوجود بالمسجد تقريباً على امتداد مواقيت الصلاة الخمسة ثم إن أدنى انخراط من جانبه فى أعمال إضافية مثل قيادة السيارات الخاصة، أو الأعمال الخدمية، أو إعطاء الدروس الخاصة إلى غيرها من الأعمال الإضافية التى يمارسها العاملون بالحكومة، تؤثر على**

مكانتهم العامة، وما يحظون به من هيبة ومصداقية وهما المصدر الرئيسى لقدراتهم التأثيرية.

ويرتبط بالضغوط المادية الى يتعرض لها الأئمة، عدم القدرة على تلبية حاجات عدة منها: الحاجة باستمرار إلى ارتداء الزى المناسب أو الظهور بالمظهر الحسن، حيث يعد هذا العنصر أحد أهم عناصر المقدرة التأثيرية للأئمة، فبدون المظهر الحسن، تقل درجة التقدير والاحترام بصرف النظر عن مدى توافر عناصر المقدرة التأثيرية الأخرى، كالمعرفة، المصداقية.. إلخ. صحيح أن وزارة الأوقاف تقدم دعماً لزى الإمام ولكنه دعم محدود فى إطار تضاؤل ميزانية الوزارة، وسياسة التوسع فى التعيين، وبجانب الزى المناسب، والمظهر الحسن، هناك الحاجة إلى المسكن المناسب أو المجاور وبالذات لشباب الأئمة، أو المعينين الجدد، ويعنى عدم تلبية هذه الحاجة، الحد من القدرة الاتصالية للإمام، فكثير من الأئمة يجرى تعيينهم فى غير محل إقامتهم ولا تتوافر فى المساجد التى يعملون بها مساكن خاصة لهم، ويضطرون بذلك للانتقال، سواء سيراً على الأقدام، أو بركوب المواصلات العامة، أو عربات النقل (البيك آب) فى صور وأساليب غير آدمية وبالذات فى المناطق الريفية.

كذلك، يتطلب عمل الإمام ضرورة توافر مكتبة دينية وثقافية، والتزود باستمرار بالدوريات العلمية والأدبية فى المجالات المختلفة، فضلاً عن الصحف، حيث تعد هذه المصادر أدوات مهمة ولازمة لتطوير معارف الأئمة استمرار، وضمان إلمامهم بمجريات الأمور فى المجالات المختلفة، بالإضافة، إلى تحسين قدراتهم على الحوار ومناقشة المشكلات واقتراح الحلول، وتتزايد أهمية توافر مثل هذه المكتبة على ضوء ضعف مستوى الإعداد والتأهيل والدراسات بالمعاهد والكليات المعنية بإعداد الأئمة على النحو السابق الإشارة إليه. ومع ذلك، فإن المشاهدات الواقعية، تظهر الفقر الشديد فى مكتبات المساجد وضآلة توافر أمهات الكتب الدينية والثقافية، فضلاً عن انعدام وجود الدوريات وعجز الأئمة بأوضاعهم المادية الراهنة عن شراء أو التعرض المنتظم للصحف والمجلات السيارة، الأمر الذى يؤثر بشدة على معارفهم وبالتالى قدراتهم الاتصالية.

ويؤدى سوء الإعداد والتأهيل، وانعدام أو ضعف مستوى الدورات التدريبية

أو شكليتـها، وعـدم توافر مصـادر قوية لإمداد الأئمـة بالمعلومات المتـجددة، بالإضافـة إلى وطأة الضغوط المادية والـقيود الأمنيـة التى يتعرض لهـا الأئمة، وضـآلة الدخل المناسب، عـزوف العـديد من الطلاب عن الالتـحـاق بكليـات وأقسـام الدعوة الـدينية وإذا لم يتـمكنوا من ذلك أثناد الدراسـة، اتجهوا بـعد التخـرج إلى وظائف أخرى، وإذا لم يسـتطيعـوا الالتحاق بالـوظائف الأخرى استسلمـوا لقدرهم، وأدوا الأعمال التى تناط بهم فى مجـال الدعوة بلا نشاط وبدون اكتراث فى الغالب إلى الحد الذى يدعم الشعور العام بأنهم يعملون ضد الدعـوة ولا يعملون من أجلهـا [١٣]. وهو أمـر له خطورته. دون محـاولات جادة، ربما عن عمد أو بدون، لإصلاح هذا الوضع.

٢- التحديات على المستوى المجتمعى :

فى هذا المستوى تتوافر مجموعـة من التحديات ، تواجه الأئمة يمكن حصر وإيجاز أبرزها فيما يلى:

١- استمـرارية تردى الأحوال الاقتصادية والاجـتماعيـة فى المجتمع، رغم جهود الإصلاح وبرامج الـتكيف الهيكلى التى يجرى تنفيذها، وتشـير البيانات فى هذا، أن متـوسط نصيب الفرد المصـرى من الناتج القومى الإجـمالى تدنى من (٦٨٠) دولاراً عـام ١٩٨٧ إلى (٦٦٠) عـام ١٩٨٨ ثم إلى (٦٣٠) عـام ١٩٩٠، ثم إلى (٦١٠) عـام ١٩٩١، وإلى (٦٠٠) دولار فقط عـام ١٩٩٢، وارتفع متـوسط معـدل التضـخم السنوى من (٩,٦٪) كـمـتـوسط للفتـرة من ١٩٧٠-١٩٨٠ ليبلغ (١٢,٥٪) خـلال الفترة من ١٩٨٠- ١٩٩، كمـا تفاقم حجم الديون الخارجيـة، الطويلة والقصيرة الأجل وخدمتـها سنوياً. فقد ازداد حـجمـها من حـوالى ١,٧ مليار دولار عـام ١٩٧٠ إلى ٤٠ مليار دولار عـام ١٩٩١. وإذا نسب حجم الديون إلى جملة عـدد سكان مصر، لوجدنا أن كل فرد مصرى مدين بحوال (٧٥٠) دولاراً.

ويصاحب هذه الأوضاع الاقتصادية سوء توزيع الدخل، حيث تشير البيانات إلـى أن نصـيب (٤٠٪) من أقل السكـان دخـلاً يبلغ (١٩,٧٪) من مـجـمل الدخل القومى، وأن نسبـة الفقراء إلى جملة السكان تبلغ (٣٣,٩٪) وأن نسبة من يوصفـون بالفقر المدقع تبلغ (٧,٦٪) وذلك فى عام ١٩٩٠. ويعنى ذلك،

أن (٨٠٪) من الدخل من نصيب (٦٠٪) من السكان، وأن نسبة من يعانون من الفقر بمختلف صوره تصل إلى (٤١,٥٪) من السكان أى حوالى ٢٢ مليون فرد. وتعكس هذه البيانات التوزيع العام ويزداد الأمر سوءاً إذا ما جرى أخذ البعد الجغرافى فى الحسبان، حيث يزداد الفقر فى القرى بالمقارنة بالمدن وفى مناطق الوجه القبلى بالمقارنة بالوجه البحرى وهكذا[١٤].

ويضاف إلى كل ذلك، ضعف قدرة الدولة على تشغيل الأعداد المتزايدة من قوة العمل، وتدنى إمكانات التوظيف، وبخاصة منذ منتصف الثمانينيات، حينما بدأت الدولة تتخلى تدريجياً عن سياسة توظيف الخريجين مما ترتب عليه تفاقم مشكلة البطالة، ووجود أعداد غفيرة من الشباب بلا عمل فعلى تقريباً، والنتيجة المترتبة على تردى الأحوال الاقتصادية، هى تفاقم المشكلات الاجتماعية والمادية، وكثرة الفتن والمنازعات والانقسامات وانكباب الأفراد على ذواتهم، وانخفاض مستويات طموحاتهم وخصوصاً بعد أن أغلقت أو ضيقت أمامهم فرص الإفلات من هذا الواقع من خلال السفر للعمل بالخارج، حيث انخفض الطلب على العمالة المصرية، مع تدهور الأوضاع الى تمر بها دول النفط، ويؤثر كل ذلك فى :

١- نمو مظاهر الغلو الدينى أو ما يطلق عليه (التطرف) أو ضعف الوازع الدينى، وانتشار الأفكار المادية أو الإلحادية واللجوء إلى العنف أو الإرهاب بغية التغيير. وعجز الأئمة وأجهزة الإعلام بعامة عن مجاراة الواقع، أو تبريره، حيث تبدو الصورة قاتمة ومحاولات التبرير أو الوعظ والنصح غير مجدية أو مقنعة.

٢- انعدام فاعلية القانون أو شكليته على أرض الواقع، ويبدو ذلك بصورة واضحة فى العديد من المجالات، خذ مثلاً قوانين الإسكان، والتعدى على الأرض الزراعية والبنوك.. إلخ فرغم وجود قوانين تنظم عمليات البناء وارتفاعاتها.. إلخ إلا أن المخالفات تجرى على قدم وساق وعلى مرأى ومسمع من أجهزة الدولة دون قدرة على التصدى أو وقفها. وعلى نفس المنوال، تستمر عمليات التعدى على الأرض الزراعية سواء بالبناء أو التجريف، أو التبوير رغم صدور القوانين التى تجرم ذلك، كما استمرت حالات النشر عن عمليات الاستيلاء على أرض الدولة، والأموال العامة بالبنوك والهرب بها إلى

الخارج، رغم التصريحات المستمرة لسد الثغرات فى هذا المجال. ويؤدى كل ذلك، إلى شيوع الإحساس العام بالتسيب والفساد، وعدم العدالة لدى قطاعات واسعة من الأفراد، خصوصاً مع ضعف الأجهزة السياسية والفساد فى اختيار القيادات المسئولة للمواقع الوظيفية المختلفة، حيث يجرى الاختيار فى الغالب على أسس واعتبادات شخصية وحزبية، أو أمنية بحتة، بصرف النظر عن مدى الكفاءة أو النزاهة. وهنا يقع الأئمة فى مشكل، إذ يسود لديهم اقتناع من ناحية بأن الساكت عن الحق شيطان أخرس، وأن من أخص مهام الإمامة والدعوة، طبقاً لما تعلموه، هى درء المفاسد، وكشف الفساد والانحراف وإعادة الحق إلى أهله. ومن ناحية أخرى يجرى التعامل معهم باعتبارهم رجال الدولة، وأدنى محاولة للنقد، أو الخوض فى الجذور الحقيقية للمشكلات، ينظر إليها باعتبارها خروجاً عن مقتضيات الواجب الوظيفى، وإقحاماً للسياسة فى أمور الدين، والدخول فى مشاكل بصفة عامة مع الأجهزة الأمنية والوزارة، وذوى القوة والنفوذ، فى المناطق المختلفة أصحاب المصلحة الفعلية فى استمرارية الأوضاع القائمة. والمؤكد، أن صمت الإمام إزاء ما يجرى من انحرافات أو فساد أو عدم عدالة إعمال القانون تضعف من حججه الإقناعية وقدراته التأثيرية الفعلية لدى العامة، كما أن تصديه بالنقد والدعوة للتغيير يعرضه لمخاطر جمة قد تفضى إلى اختفائه من الساحة تماماً وهكذا.

٣- شيوع الجهل والأمية الدينية بين أفراد المجتمع، فضلاً عن تزايد الشعور بالتمزق لدى القطاعات الواسعة من أفراد الشعب وهو التمزق الناجم من الفجوة بين ما يؤمنون به من مبادئ وقيم وما يقرءونه ويفهمونه عن الإسلام من ناحية وبين ما يرونه فى الواقع من ناحية أخرى، وتعد فئة الشباب تحديداً، هى أكثر الفئات شعوراً بهذا التمزق، الأمر الذى ساهم فى شيوع اليأس والإحباط لدى العديد منهم نتيجة وجود تناقضات غريبة فى حياتهم، فضلاً عن إحساس الشباب بالعجز عن تغيير الأوضاع السيئة لعدم امتلاك وسائل التغيير.

٤- تزايد الهجمة الغربية الشرسة ومحاولات السيطرة الفكرية وترويج الثقافة والأفكار الغربية فى المجتمعات الإسلامية وذلك فى إطار ما يعرف حالياً بالصراع بين الحضارات، وتزايد النظرة فى الغرب إلى الإسلام باعتباره الخطر الحقيقى أو المنتظر بعد اختفاء الخطر الشيوعى أو ما كان يعرف بالاتحاد

السوفيتى، ويساعد التفوق التكنولوجى والسيطرة الإعلامية الغربية، فضلاً عن الركون إلى الاستكانة والتبعية للخارج من جانب الدولة وتلاشى روح التصدى، إلى تدعيم قدرة المجتمعات الغربية على بث وترويج الأفكار المناهضة للإسلام، داخل ديار المسلمين سواء من خلال الإعلام المحلى المرتبط فى معظمه فى علاقة وثيقة ومباشرة بالخارج أو من خلال آليات البث المباشر، ونظم التعليم والتدريب المتبعة. وهنا يدخل الأئمة فى صراع شرس وغير متكافئ من حيث الإمكانات مع هذه الأفكار التى ينظر إليها الأئمة دائماً باعتبارها خطراً حقيقياً وتتطلب جهداً كبيراً فى التنفيذ والدحض، مما يستنفذ جانباً كبيراً من نشاطهم الاتصالى فى الواقع الفعلى.

على أن الأمر أكثر أهمية وخطورة فى هذا المجال، هو تزايد ظهور الجماعات الإرهابية فى السنوات الأخيرة التى تتبنى فكرة العنف المسلح كوسيلة للوصول إلى الحكم، واستخدام الأيديولوجية الدينية فى التجنيد واكتساب القبول والشرعية، وفى إطار محاولات أجهزة الدولة المختلفة للقضاء على هذه الجماعات، تتجه أجهزة الدولة الأيديولوجية وعلى رأسها أجهزة الإعلام فى كثير من الأحيان لتجاوز تفنيد فكر وآراء هذه الجماعات إلى الهجوم على الإسلام ذاته بطريقة مباشرة وغير مباشرة(١٥). وإبداء روح عدائية إزاء مبادئ الإسلام السمحة، أو تعامل بعض المسئولين بقسوة مع كل ما يوحى بالالتزام بمبادئ الدين الحنيف حتى ولو كانت فى أمور شكلية مثل ارتداء الزى أو تربية اللحية.. إلخ اعتقاداً منهم بأن ذلك، هو الذى تطلبه الدولة أو يرضى الحاكم، وأن التظاهر بالتشدد يضفى عليهم الشجاعة ويؤهلهم لمناصبهم ويجلب عليهم رضا ولى الأمر وصاحب النعمة، وهى فى تقديرنا تصرفات غير مسئولة ولا توحى بشجاعة، وتثير الاستياء العام، وتدفع فى اتجاه تعاطف الشعب مع تلك الجماعات الخطرة التى تلحق الضرر بالمجتمع وتسئ إلى الإسلام، وموقف الأئمة هنا هو موقف مشكل فلا هو راض عن تصرفات الجماعات الإرهابية التى تتخفى وراء الدين، ولا هو قادر على الصمت إزاء التصرفات غير المسئولة من جانب أجهزة الإعلام وبعض المسئولين فى هذا المجال. وهو موقف يدفع بالكثير من الأئمة إلى التزام الحيدة والبعد عن هذا الصراع الشائك، رغم أنه يمثل إحدى أهم وأبرز القضايا التى تهدد مستقبل الأمة، ويقف أمامها العديد من الأئمة بلا فاعلية.

٥- ويكمل التحدى السابق، أن محاولات تشويه صورة الإسلام بصرف النظر عن مصدرها أو أهدافها، قد امتدت لتشمل صورة الأئمة أنفسهم، فالمتابع لمجريات الأمور فى المجتمع فى السنوات الأخيرة يلاحظ، أن هناك محاولات مستميتة من جانب بعض عناصر المثقفين فى أجهزة الثقافة والإعلام والجامعات، لتدمير شخصية وصورة رجل الدين فى نفوس الشعب المصرى بكل السبل والوسائل، وجرى تقديم صورة رجل الدين فى العديد من المسلسلات والقصص والرسومات والكتابات المختلفة فى أوضاع غير إيجابية دائماً أو مضحكة فهو نهم للأكل والشرب، يطوع الدين لصالحه، ناكر للجميل، يقول ما لايفعل، فضلاً عن أنه جاهل ووصولى وجشع إلى غيرها من الصور التى يجرى الترويج لها وتحظى بالتشجيع الحالى من بعض المسئولين فى الدولة. فى إطار الظروف السابق الإشارة إليها.

والشئ المؤكد، أن كل فئة أو جماعة مهنية أو طائفية فى المجتمع فيها الصالح وغير الصالح، والفاضل وغير الفاضل، وإذا كان هناك إمام أو عالم قد مالأ السلطة أو انحرف، فإنه ليس شأن كل الأئمة، وأن هناك القاعدة العريضة، التى تجاهد بصدق وإخلاص، وتدعو للحق ولا يخافون فى الله لومة لائم، ولكن يبدو التعمد واضحاً لتشويه صورة هذه القاعدة. والمؤكد أيضاً، أن هذا التعمد، وما يفسح له من قنوات، يترك بعض التأثيرات الضارة على المكانة الاجتماعية للأئمة فى نفوس الأفراد.

وإذا كان العرض السابق قد ناقش جانباً من التحديات التى تواجه الأداء الاتصالى والمقدرة التأثيرية للأئمة فى المجتمع بصورة افتراضية أو تخيلية، فإننا سوف نسعى خلال العمل الميدانى القادم إلى التثبت من أثر هذه التحديات على الممارسة الاتصالية الفعلية للأئمة، وأساليب ومواقف هؤلاء الأفراد إزاء ما تفرضه هذه التحديات من قضايا ومشكلات.

مراجع وهوامش الفصل الخامس

(١) الواعظ هو أحد رجال الدعوة، ولكنه يختلف عن إمام المسجد، من حيث أنه ليس له مكان ثابت، وإنما يتنقل من مكان إلى آخر عادة فى المناطق الريفية.

(٢) محمد عمارة، الدولة الإسلامية بين العلمانية والسلطة الدينية، القاهرة، دار الشروق، ١٩٨٨ ص١٥.

(٣) أنظر : محمد السيد الوكيل، أسس الدعوة وآداب الدعاة، القاهرة، دار الوفاء للطباعة والنشر، ١٩٨٥ ص٢١.

(٤) انظر: محمد أبو زيد، أثر الظروف النفسية والاجتماعية فى سلوك الداعية ، المنصورة، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع ١٩٩٢ صـ ٤٧.

(٥)عبد الله شحاتة ، الدعوة الإسلامية ، والإعلام الدينى، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٦ صـ١٧.

(٦) المجلس القومى للتعليم والبحث العلمى والتكنولوجيا المجالس القومية المتخصصة، الكتاب رقم ١٨٨، الدورة الثانية عشرة، سبتمبر ١٩٨٤ /يونيو ١٩٨٥ صـ ١٥٠.

(٧) انظر : المسح الإجتماعى الشامل، المركز القومى للبحوث الإجتماعية والجنائية، ١٩٥٢ ـ ١٩٨٠، القاهرة: المجلد الثامن ، الأنشطة الدينية، ١٩٨٥ صـ٩٢.

(٨) راجع على سبيل المثال جريدة الوفد ١/١٢/١٩٩٤.

(٩) انظر جريدة الشعب . ٧/٩/١٩٩٣.

(١٠) انظر : جريدة الأهرام ، ١٢/٩/١٩٩٤.

(١١) المجلس القومى للتعليم والبحث العلمى والتكنولوجيا، المجالس القومية المتخصصة، مرجع سابق صـ١٥٣.

(١٢) سورة آل عمران الآية : ١٠٣.

(١٣) محمد أبو زيد، مرجع سابق صـ٤٧.

(١٤) اعتمدنا فى رصد هذه البيانات على الدراسة العلمية التى أجراها حامد عمار، ونشرت بجريدة الشعب تحت عنوان أحوال الإنسان فى ربوع مصر، انظر: جريدة الشعب فى ١٨/١١/١٩٩٤.

(١٥) عدد أحد الكتاب فى رسالة مفتوحة إلى رئيس الجمهورية ونشرت على صفحات جريدة الشعب بعض النماذج والأمثلة التى تشير إلىّ هذا الهجوم انظر: جريدة الشعب فى ١٩/٨/١٩٩٤.

الفصل السادس
المقدرة الإتصالية للأئمة
(نتائج العمل الميدانى)

نسعى فى هذا الفصل إلى استعراض نتائج عملنا الميدانى وماأجريناه من مقابلات وحوارات أو دوناه من ملاحظات حول النشاط الاتصالى للأئمة وقدراتهم التأثيرية، بمدن وقرى البحث المختلفة. وتتحدد عناصر العرض على ضوء المحاور الرئيسية الواردة فى استمارة البحث، وما تثيره الدراسة من تساؤلات أو تطرحه من فروض. بحيث يسعى كل محور للإجابة على مجموعة من التساؤلات أو أحد الفروض التى تطرحها الدراسة وترتبط بجانب من جوانب تقييم المقدرة الاتصالية للأئمة.

وطبقاً لأهداف الدراسة وطبيعتها، فإن مدخل عرض البيانات وتحليلها سوف يتم بالتركيز على التحليلات الكيفية ولن يتم اللجوء إلى التحليلات الكمية إلا فى الحالات التى يصبح للرقم مغزى ودلالة ويخدم التحليلات الكيفية. وبصورة محددة يتضمن الفصل العناصر التالية :

١- الوضع الاجتماعى الاقتصادى للأئمة :

٢- المركز الاتصالى، والتقدير الذاتى.

٣- الضغوط المهنية ومشكلات لأداء الاتصالى للأئمة.

٤- علاقة الأئمة بقنوات الاتصال الجماهيرى.

٥- الموقف من القضايا المجتمعية المطروحة.

أولاً : الوضع الاجتماعى الاقتصادى للأئمة :

أظهرت الدراسات العديدة التى ارتبطت بالقيادة وبناء القوة وبتحديد الشخصيات القوية، أن هناك علاقة كبيرة بين قوة أو نفوذ الفرد فى البيئة الاجتماعية التى يوجد فيها وبين الوضع الاقتصادى الاجتماعى الذى يتمتع به فى هذه البيئة. وافترضت هذه الدراسات، أنه كلما ارتفع هذا الوضع حظى الفرد بدرجة من الهيبة والاحترام، قد تؤهله لممارسة تأثيراته المختلفة على مواقف وتصرفات الآخرين ممن هم أدنى فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى.

ولما كنا بصدد شخصيات مؤثرة أو يفترض بحكم مهامها أن تكون كذلك، فقد سعينا لقياس هذا البعد من محددات المقدرة الاتصالية للأئمة. واتخذنا من عناصر السن، والمؤهل الدراسى، والحالة الزواجية، وحجم الإعالة، ومصادر الدخل وحجم حيازة السلع، وفرص السفر للعمل بالخارج، مؤشرات لتحديد ملامح الوضع الاقتصادى الاجتماعى للأئمة.

وتشير البيانات المرتبطة بالسن[١]. أن الغالبية العظمى من أئمة المساجد عينة البحث تقع فى المرحلة العمرية المتوسطة (٣٠-٤٠) سنة، حيث تبلغ نسبة هذه الفئة العمرية (٦١,١١٪) من إجمالى عينة البحث البالغ عددها (١٠٨) مبحوثين. ومع ذلك، فإن الجانب الأكبر من أعضاء هذه الفئة العمرية يتمحور فى الفئة العمرية من (٣٠-٣٥) بنسبة (٣١,٤٨٪) من إجمالى عينة البحث. فى حين لم تتجاوز نسبة الأئمة من أفراد عينة البحث ممن تقع أعمارهم فى الفئة العمرية الشبابية أو فى فئة كبار السن عن (٢٥,٩٣) و(٤٪) على الترتيب لكل منهما. وحظيت الفئة العمرية (٤٥-٥٠) على (٩,٢٦٪) واختفى تماماً ظهور الفئة العمرية أقل من ٢٥ سنة، ربما بسبب طبيعة الدراسة فى الأزهر، أو بفعل التجنيد وتأخر التعينات. إلخ.

والمدقق فى هذه البيانات، يلاحظ أننا أمام طائفة من الأفراد تتولى مهمة الدعوة وأعمال الإمامة من قبل الدولة، وتتميز بصفة عامة بالحداثة وصغر السن وبالتالى محدودية الخبرة، والميل للبحث عن المكانة والدور، وهو أمر لا يختلف كثيراً عن واقع حال الجماعات الدينية الأخرى التى تتولى هذه الأعمال بعيداً عن إشراف الدولة. وفى مقابل محدودية كبار السن من الأئمة (٤٪) فقط، وحيث يفترض أن تتوافر الخبرة ويضفى السن على الإمام، وبالذات فى المناطق الشعبية والريفية، كما هو معروف درجة من الهيبة والاحترام، وربما يعود ذلك إلى انتقال الأئمة من كبار السن للعمل الإشرافى والتوجيهى طبقاً للتدرج الإدارى أو الوظيفى بوزارة الأوقاف وبالتالى انحسار ظهور فئة كبار السن من الأئمة فى العينة التى سحبت أساساً من المساجد. وفى مقابل تزايد ظهور الفئات صغيرة السن، فى إطار سياسة التوسع فى التعينات الجديدة لوزارة الأوقاف بغية تغطية العدد الأكبر من المساجد بالأئمة التابعين لها. وعدم تركها للجماعات المناهضة.

١- راجع جدول خصائص عينة البحث فى الفصل الأول.

وتظهر البيانات[١]. المرتبطة بالمؤهل الدراسى، أن الجانب الأكبر من المبحوثين أفراد العينة (٧١) مبحوثاً بنسبة (٦٥,٧٤٪) حاصل على مؤهل دراسى ليسانس أصول الدين (عام) أى من غير قسم الدعوة المختص بإعداد وتأهيل رجال الدعوة فى حين لم يتجاوز عدد أفراد العينة من خريجى أقسام الدعوة بكليات أصول الدين عن (٢٨) مبحوثاً بنسبة (٢٥,٩٣٪)، وظهر تسعة أئمة بنسبة (٨,٣٣٪) حاصلون على ليسانس دراسات إسلامية فقط، وهى جميعها بيانات، تظهر أننا بصدد غالبية من الأئمة تتولى مهام الدعوة بلا تأهيل كاف بفنون التوجيه وخبرات التفاعل والعمل الجماهيرى، وهو أمر له انعكاساته السلبية على الكفاءة الاتصالية للأئمة أو قدراتهم التأثيرية.

وتكشف بيانات «مهنة الأب» أن معظم آباء أئمة المساجد يمتهن أو كان يمتهن أعمال الفلاحة (مزارع) بنسبة (٦٨,٣٪) ثم الأعمال الحرفية مثل الجزارة أو البناء، ثم الوظائف الحكومية العادية (كاتب صحة، مدرس.. إلخ) والوظائف الخدمية، مثل الحراسة وخدمة المساجد. ولم يظهر أبداً بين أعضاء عينة البحث من يحتل، أو كان، والده مركزاً إدارياً أو وظيفياً مرموقاً أو يمتلك حيازة زراعية أو عقارية أو مشروعات تجارية أو صناعية لافتة للنظر أو توحى بغنى أو تميز اجتماعى أواقتصادى.. وإنما ساد الإحساس بأننا أمام جماعة من المبحوثين ينحدرون من أصول اجتماعية عادية أو متواضعة ومع ذلك، وإذا كان تواضع البيئات الاجتماعية للأئمة على هذا النحو. قد يضعف من هيبتهم أو نظرة الآخرين لهم، إلا أن ذلك لا يسبب على ما يبدو فى الواقع أية حساسيات أو مشاكل نفسية للأئمة، حيث يسود لديهم الاقتناع بأن مكانتهم لدى الآخرين مستمدة أساساً من ثقافتهم الدينية ووقار مظهرهم العام، وإنصات الآخرين لهم قبل أى شئ آخر.

فإذا تجاوزنا السن والمؤهل الدراسى ومهنة الأب، إلى الحالة الزواجية[٢]، نجد ارتفاعاً ملحوظاً فى عدد حالات الزواج بين أئمة المساجد، فهناك (٧٥) مبحوثاً بنسبة (٦٩,٤٤٪) متزوجون، فى حين لم يتجاوز عدد غير المتزوجين منهم (٣٣) مبحوثاً بنسبة (٣٠,٥٦٪) من إجمالى أفراد عينة البحث البالغ عددها (١٠٨) مبحوثين. وبالطبع يعود هذا الارتفاع النسبى إلى الميل العام لدى

١, ٢ـ راجع جدول خصائص عينة البحث فى الفصل الأول.

العاملين فى مجال الدعوة للزواج المبكر كلما أمكن ذلك، حيث يضفى عنصر الزواج قدراً من التوقير للإمام كما يتيح لأحاديثه حول العلاقات الأسرية ونشاطاته فى معالجة الخلافات الأسرية درجة من المصداقية لدى أفراد المجتمع. ومع ذلك، فإننا نجد نسبة غير قليلة (٣٠,٥٦٪) غير متزوجة أو بالأحرى غير قادرة على الزواج، ربما بفعل ارتفاع تكاليف الزواج وعجز هؤلاء الأفراد عن توفيرها، وهو أمر يشكل ضغطاً نفسياً شديداً على هؤلاء الأفراد لما يمثله من تناقض بين ما يؤمنون به من أهمية الزواج المبكر، والنظر إليه باعتباره «نصف الدين» وبين عجزهم أمام الآخرين الذين يوضحون لهم أمور دينهم، عن تحقيق هذا الشرط لذواتهم، هذا الصراع النفسى ينعكس فيما بعد على السلوك العام للإمام، حيث يدفع به للسعى إلى تحقيق الزواج بكافة السبل، من خلال امتهان أعمال أخرى، غير أعمال الإمامة وفى أحيان كثيرة تصبح هذه الأعمال هى الأساسى، وكل الولاء لها، والأخيرة أى الأمامة، هى الوظيفة أو الإضافى وهو أمر يضعف من المركز الدينى للإمام.

وتكشف البيانات[1] ارتفاع حجم الإعالة لدى الأئمة أفراد عينة البحث سواء المتزوجون أو غير المتزوجين منهم، فالجانب الأكبر من الأئمة (٢٤) مبحوثاً بنسبة (٢٢,٢٢٪) يعول (٨) أفراد فأكثر، كما أن هناك (٢٩) مبحوثاً بنسبة (٢٦,٨٥٪) يتراوح حجم من يعولونهم من (٦ـ٧) أفراد فى حين أن حجم إعالة فرد أو فردين أو ثلاثة أفراد لم يتجاوز (٣,٧١٪) و(٩,٢٦٪) و(١٣,٨٩٪) على الترتيب لكل منهم - وبلغت نسبة إعالة (٤) أفراد (١١,١١٪) و(٥) أفراد (١٢,٩٦٪)، وهى بيانات تشير إذا ما قورنت مع بيانات الحالة الزواجية أن هناك العديد من الأئمة غير المتزوجين لا يعملون من أجل ذواتهم وبناء مستقبلهم، ولكن أيضاً تحمل، أو على الأقل المشاركة فى تحمل أعباء الآخرين من أسرهم كالأم أو الأب أو الأشقاء الصغار.. إلخ. وبصفة عامة، فإن هذا الارتفاع النسبى فى حجم الإعالة لدى جماعة الأئمة يجعلهم من أكثر الناس شكوى أو إحساساً بالغلاء وضغوط الحياة المادية، وخصوصاً مع انخفاض المرتبات، والتأخير المستمر من قبل وزارة الأوقاف فى صرف الحوافز والمكافآت، ربما بسب ضخامة الأعباء ونقص الميزانية.

١ـ راجع جدول توزيع مفردات عينة البحث حسب عدد المعالين فى الفصل الأول.

وكان التساؤل الطبيعي إزاء رغبة جماعة الأئمة للخوض معنا سواء فى المناقشات الجماعية أو الحوارات الفردية فى الحديث والشكوى من ضعف المرتبات وتزايد الأعباء، وبالذات أن مهام الإمامة تتطلب العديد من النفقات للبحث والاطلاع والقراءة، والظهور بالمظهر الحسن، فضلاً عن أوضاع الإعالة. المشار إليها، وعدم قدرة البعض على الزواج. . إلخ، أن يتجه الحوار معهم للتساؤل عما إذا كان المبحوث يمارس نشاطات أخرى لتحسين الدخل أم لا؟ وتحدد السؤال على النحو التالى :

هل تمارس بعد انقضاء الفترة الرسمية لعملك، كما حددتها الوزارة نشاطات أخرى لتحسين الدخل؟ وتكشف بيانات الجدول رقم (١) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية بنعم أو لا، على هذا التساؤل :

جدول رقم (١)

(مدى ممارسة الأئمة لنشاطات تحسين الدخل)

الممارسة	التكرار	(٪)
يمارس نشاطاً	٣٩	٤٤,٤٤
لا يمارس نشاطاً	٦٩	٥٥,٥٦
إجمالى	١٠٨	١٠٠٪

وتوضح البيانات أن الجانب الأكبر من الأئمة أفراد عينة البحث (٦٩) مبحوثاً بنسبة (٦٣,٦٩٪) قد أقر فى الحوار معه أنه لا يمارس أعمالاً إضافية بخلاف عمل الإمامة لتحسين دخله. فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه يمارس أعمالاً أخرى (٣٦,١١٪) فقط من إجمالى أفراد عينة البحث البالغ عددها (١٠٨) مبحوثاً.

وأياً كانت نتائج هذه الاستجابات اللفظية حول هذا الجانب، فإن بيانات جلسات المناقشات الجماعية، والملاحظة، الشخصية للباحث تشير إلى ميل بعض الأئمة لنفى ممارسة نشاطات أخرى، ربما بفعل الخوف من أن تكتشف الوزارة ذلك، أو يوضع تحت المراقبة من قبل المفتش الدينى، أو ربما لتأكيد الغبن الواقع عليهم، وانسجاماً مع حديثهم عن المعيشة والحياة الصعبة، وتأخر صرف المكافآت أو الحوافز. . إلخ. «بذمتك ما بتشتغل يا شيخ سعيد»، يا

راجل قول الحق وأجرك على الله، «الإمام مخنوق، حيعمل إيه يعنى» إلى غيرها من التعبيرات التى كشفت عنها المناقشات الجماعية، وتشير إلى ممارسة الغالبية العظمى من الأئمة لنشاطات إضافية لتحسين دخولهم.

ومع ذلك، وعلى الرغم من غلبة الاستجابات اللفظية التى تميل إلى إنكار ممارسة نشاطات أخرى، فإن المدقق فى هذه الاستجابة ومبررات أصحابها للامتناع عن ممارسة هذه النشاطات، يجد أن الدافع الأكبر وراء هذا الامتناع، لا ينبع من حرص على مكانة وهيبة الإمام فى نفوس الآخرين، أو بغية التفرغ للدعوة.. إلخ، ولكن لدوافع تتعلق بانعدام الحيلة، وعدم وجود فرص عمل أخرى متاحة. فقد ردد البعض عبارات من قبيل: «ليس هناك عمل آخر، الإمام لازم يعمل عمل محترم، حأعمل فى إيه يعنى، فين العمل ده النهارده» إلى غيرها من التعبيرات التى تشير إلى درجة من الاستعداد أو التهيؤ للعمل إذا ما أتيحت فرصة العمل، وهى اتجاهات تدعم صحة ما أشرنا إليه من قبل عن مزاولة الغالبية العظمى لمهام إضافية لتحسين الدخل بجانب عملهم فى الإمامة، بل وتؤكد أن هذه الأعمال الإضافية تستغرق جل اهتمامهم، ويتزايد اتجاه الأئمة لممارسة أنشطة إضافية فى القرى بالمقارنة بالمدن، وبين حالات أفراد العينة فى المنيا بالمقارنة بمحافظة الشرقية.

وحول أفراد عينة البحث الذين أقروا فى الحوار معهم بالعمل فى أنشطة مهنية أخرى، ومع أن عددهم ليس قليلاً (٣٩) مبحوثاً بنسبة (٣٦,١١٪) من إجمالى المبحوثين، فإن عميق الحوار معهم حول طبيعة هذه الأعمال يشير إلى أن هؤلاء الأفراد يمارسون عادة أعمالاً لا تختلف كثيراً عن الأعمال التى يمارسها أو كان يمارسها الآباء.. حيث رددوا فى ذلك، «بعمل فى الزراعة، فلاح فى الحقل، أساعد والدى فى شغله، أعمل فى تركيب البلاط والقيشانى، أعمل فى الجزارة، عندى مشروع تربية نحل، أقوم بتحفيظ القرآن إلى غيرها من الأعمال الزراعية أو الحرفية التى تستغرق جل اهتمام الإمام - كما أشرنا، وتأتى على حساب استعداده وتهيؤه لممارسة أعمال الإمامة وما تتطلبه من قراءة ودرس، وتفقه مستمر.. إلخ.

ولما كانت الهجرة للعمل المؤقت بالخارج والعودة ببعض المدخرات تعد أحد المصادر المهمة لإحداث نقلة فى الأوضاع المادية للأفراد والتغيير فى النشاط الاقتصادى، وفى مظاهر الهيبة والنفوذ وبالذات فى المناطق الريفية، فقد اتجه

البحث لقياس أثر هذا البعد لدى جماعة الأئمة أفراد عينة البحث. وتشير البيانات أن الجانب الأكبر من أفراد العينة لم تتح لها فرصة السفر للعمل بالخارج. ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة:

جدول رقم (٢)

معدل سفر الأئمة للعمل بالخارج

معدل السفر	التكرار	(٪)
سبق له السفر	٤٨	٤٤,٤٤
لم يسبق له السفر	٦٠	٥٥,٥٦
إجمالى	١٠٨	٪١٠٠

وتظهر البيانات أن (٦٠) مبحوثاً بنسبة (٥٥,٥٦٪) لم تتح لهم فرص السفر للعمل بالخارج لتحسين أحوالهم المادية، فى حين لم يتجاوز عدد من أشار إلى أنه سافر للعمل بالخارج على (٤٨) مبحوثاً بنسبة (٤٤,٤٤٪) من إجمالى المبحوثين أفراد عينة البحث. ومع ذلك، فقد أشار هؤلاء الأفراد فى الحوار معهم أن هذه الفرصة كانت فى الإجازات الصيفية أيام الدراسة، وقبل تسلم العمل فى وزارة الأوقاف، وأن الدولة التى سافروا إليها لم تتجاوز الأردن والعراق، وبالتالى، فإن ما تم الحصول عليه من أجر، أو ما تحقق من مدخرات خلال العمل هناك، على تواضعه تم إنفاقه فى الدراسة، أو فى المساعدة على حل مشاكل الأسرة المادية، على ضوء حجم الإعالة المرتفع المشار إليه وانحسار مصادر الدخول أو ضآلتها وتواضع الأصول العائلية.

وإذا انتقلنا إلى مؤشر آخر من مؤشرات الوضع الاقتصادى الاجتماعى للأئمة، وهو حجم حيازة الأجهزة والأدوات الكهربائية، فإن بيانات هذا المؤشر تدعم ماسبق الإشارة إليه حول تراجع الأحوال الاقتصادية للأئمة. ويؤكد الجدول رقم (٣) هذه الحقيقة :

وكما هو واضح، فإن هناك (٦٣) مبحوثاً بنسبة (٥٨,٣٣٪) فقط يحوزون جهاز التليفزيون، من إجمالى عدد الأئمة أفراد عينة البحث البالغ عددهم (١٠٨) مبحوثين، ويعنى ذلك، أن هناك (٤٥) مبحوثاً لا تتوافر لديهم القدرة

جدول رقم (٣)

(حيازة أئمة المساجد للأجهزة والأدوات الكهربائية)

نوع الأجهزة	العـــدد	(٪)
تليفزيون	٦٣	٥٨,٣٣.
راديو	٩٦	٨٨,٨٨
مسجل	٥١	٤٧,٢٢
فيديو	—	—
سيارة	—	—
مروحة كهربائية	٣٠	٢٧,٧٧
ثلاجة	٥٧	٥٢,٥٧
غسالة كهروبائية	٩٦	٨٨,٨٨
تليفزيون	٣	٢,٢٧
معدات زراعية	٦	٥,٥٥

المادية على حيازة هذا الجهاز، على الرغم من أن بعضهم قد يرجع عدم حيازة التليفزيون لأسباب دينية تتعلق بممارسات هذه الوسيلة الإعلامية. كما أن ما يقرب من نصف عدد أفراد عينة البحث من الأئمة، لا تتوافر فى بيوتهم ثلاجة كهربائية، وهى ضرورة من ضرورات الحياة العصرية، ولم تتجاوز معدلات حيازة المراوح الكهربائية، وأجهزة التسجيل، والتليفون والآلات الزراعية (٢٧,٧٧٪) و(٤٧,٢٢٪) و(٢,٧٧٪) و(٥,٥٥٪) على الترتيب لكل منها، وارتفعت نسبياً معدلات حيازة أجهزة الراديو والغسالات الكهربائية العادية، وهى أجهزة رخيصة الثمن، إلى (٨٨,٨٨٪) لكل منهما، واختفى تماماً أية معدلات لحيازة أجهزة الفيديو أو السيارات بأنواعها المختلفة. وهى جميعاً مؤشرات تشير إلى محدودية المستوى الاقتصادى لجماعة الأئمة أفراد عينة البحث.

ثانياً: المركز الاتصالى والتقدير الذاتى:

ينفرد الأئمة عن غيرهم من بقية الأفراد فى أن جانباً كبيراً من الهيبة والنفوذ التى يحظون بها فى البيئة، لا يستمد فقط من الوضع الاقتصادى الاجتماعى المتميز، ولكن أيضاً وفى الأساس من مكانتهم الدينية، حيث ينظر إليهم

المصريون من مختلف الفئات بدرجة من الإجلال والتوقير، بإعتبارهم رجال دين، ورسل سلام، يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر، ويسعون إلى نشر تعاليم ومبادئ الإسلام السمحة فى المعاملات والسلوك بين أفراد المجتمع. وقد سعينا من جانبنا إلى قياس هذا الجانب من محددات المقدرة التأثيرية للأئمة من خلال الوقوف على طبيعة النشاط الاتصالى للأئمة أفراد عينة البحث، وعلاقاتهم التفاعلية مع الآخرين، وتصوراتهم لمكانتهم وللدور الذى يقومون به فى المجتمع.

وقد اتجهنا بداية للتعرف على البعد المكانى أى المسافة بين محل إقامة الإمام والمسجد الذى يعمل إماماً له، وحيث يصبح للقرب المكانى هنا أهمية خاصة سواء من حيث كثافة النشاط الاتصالى للإمام أو فى تدعيم المقدرة التأثيرية له بفعل التجانس الناجم عن معايشة الإمام لظروف المنطقة وتفهمه لاحتياجاتها ومشاكلها بصورة أفضل مما لو كان يقيم بعيداً عنها. وتسعى وزارة الأوقاف، فى إطار سياستها لإحكام سيطرتها على المساجد وعدم ترك ساحتها خالية للجماعات المناهضة إلى توفير محل إقامة للأئمة بجوار المساجد وبالذات فى محافظات التوتر، أو على الأقل تعيين الأئمة من ذات المنطقة، بحيث يكون الإمام من ذات البلد أو المنطقة. وقد كان لهذه السياسة أثرها الواضح فى توفير القرب المكانى للقطاع الأكبر من الأئمة، وبالذات فى محافظة المنيا. فقد بلغ عدد الأئمة الذين لا تزيد المسافة بين محل إقامتهم والمساجد التى يعملون بها على (٢) كيلو متر (٦٣) مبحوثاً بنسبة (٥٨,٣٣٪)، ومع ذلك، فقد ظل هناك (٤٥) بنسبة (٤١,٦٧٪) وهى نسبة غير قليلة أيضاً تتراوح المسافة بين محل إقامتهم والمساجد التى يعملون بها من (٣-١١) كيلو وهى مسافة كبيرة نسبياً وتشير إلى إقامة الإمام خارج نطاق حدود المنطقة أو البلدة التى يوجد بها المسجد الذى يعمل إماماً له.

وقد اشتكى هؤلاء الأفراد فى الحوار معهم من عملية الانتقال هذه، وكان اللافت فى حوارهم معنا فى هذا الجانب، هو إحساسهم بالمهانة من عدم قدرتهم على الظهور بالمظهر المناسب «يعنى أبقى إمام ولابس جبة وراكب عجلة»، الواحد يلبس الزى ازاى وينحشر فى وسط الناس فى عربات النصف نقل»، «بنركب مواصلات فى الزحمة ونتبهدل ونتعرض للاستهزاء، أدخل يا عم الشيخ، وسع يا عم الشيخ، بلاش الوقفة دى يا أستاذنا» «يا ريت يعاملونا

ذى الضابط أو المهندس ويدونا مـواصلات» إلى غيرها من التـعبيرات التلقـائية التى تشير إلى الصعوبات التى يلاقيها هؤلاء الأفراد خلال تنقلاتهم، وشعورهم بالحاجة إلى المحافظة على كرامة ذيهم الدينى الذى يتعرض للسخرية والمهانة من جراء المعاناة من أزمة المواصلات والتنقل فى المواصـلات العامة، وعدم قدرتهم على تدبير مواصلات أكثر احتراماً وصيانة لكرامة الأمام بين الناس.

وبصرف النـظر عن مشكلات الإقامـة والتنقل، فقـد اتجه الحـوار بعد ذلك مباشـرة، للتعرف على أسلوب حـياة الأئمة وكيفـية قضاء مـعظم الوقت، بعد الوقت المحدد للوجود فى المسجد وطرحنا السؤال المفتوح الآتى : **كيف تقضى معظم وقتك بعد انقضاء فترة عملك الرسمى بالمسجد؟**

وكان الهـدف الرئيسى من وراء طرح هذا التـساؤل، هو التعـرف على أوجه مشغـوليات الإمام ومجالات اهـتمامه الرئيسـية من ناحية والتـعرف على حجم نشاطه الاتصالى وعـلاقات التفاعل التى تربطه مع الآخرين من ناحـية أخرى، وهى كلهـا جوانب لهـا عـلاقة مـباشـرة بالمكانة الاتصـالية لـلإمام فى البـيئة الاجتماعية التى يوجد فيها. وتظهر البيانات، أن الجانب الأكبر من وقت الأئمة مخصص فى الأساس لتحضيـر الدروس وبالذات خطبة الجمعة، وحفظ القرآن الكريم، وفى القراءة والاطلاع والتـثقيف الذاتى فى كتب الـفقه والتفسـير فى المقام الأول.

ويـوضح الجدول رقم (٤) هذه الحقيـقة حيـث تظهر البيـانات، أن تحضـير الدروس وتجهـيز خطبـة الجمعـة وحفظ القرآن الكـريم، والقراءة والاطلاع ، تحظى بنسـبة (٤٩,٥٩٪) من إجمـالى وقت الأئمة بعـد انقضـاء فترة عـملهم الرسمى والمحدد من صلاة العصر وحتى صلاة العشاء. ويلى ذلك السعى وراء لقـمة العـيش وتدبير المصـالح والأمور الحـياتيـة الخاصـة بنسبـة (١٢,٠٩٪) والجلوس بـالمنزل مع الأسرة والأولاد بنسـبة (١٠,٨٩٪) فى حين لم تتـجاوز نسبة قيام الأئمة بزيارة الأصدقـاء أو الأقارب، أو حل مشاكل الناس، وهى معا تعد مؤشـراً مهما على مكانة الإمـام ودوره الإتصالى فى البيئة الـتى يوجد بها (٢١,٧٨٪) من إجمالى مجالات قضـاء وقت الأئمة. ولم تتجاوز نسبة الوقت المسـتـغرق فى التـعـرض لوسـائل الإعلام أو الجـلوس الإضافى فى المـسجـد (٣,٣٣٪) و(٢,٤٢٪) على الترتيب لكل منهـما. وتعنى هذه البيانات بـبساطة

جدول رقم (٤)
(مدى ممارسة الأئمة لنشاطات تحسين الدخل)

مجالات قضاء الوقت	التكـرار(*)	(٪)
فى تحضير الدروس وحفظ القرآن	٦٠	٢٤,١٩
فى القراءة والاطلاع الدينى	٦٣	٢٥,٤٠
فى التعرض لوسائل الإعلام	٨	٣,٢٣
فى زيارة الأقارب والأصدقاء	٢٧	١٠,٨٩
فى حل مشكلات الناس والخدمة العامة	٢٧	١٠,٨٩
فى الجلوس بالمنزل مع الأسرة	٢٧	١٠,٨٩
فى السعى للمعيشة وتحسين الدخل	٣٠	١٢,٠٩
فى المسجد	٦	٢,٤٢
إجمـــــالى	٢٤٨	١٠٠٪

أننا أمام مجـموعة من القائمين بالاتصـال تقضى معظم وقتها، إمـا فى المسجد لممارسة مهامها الرسمية أو فى الإعـداد والتجهيز لممارسة هذه المهام فى البيت، أو فى قضـاء المصالح الخاصـة فى حين أن تفاعـلاتهم أو ارتباطاتهم الإتصـالية خارج نطاق المسجد تكاد تكون معدومة أو محدودة إلى حد كبير.

هذا الوضع الاتصالى المحـدود للأئمة خارج نطاق المسجـد تدعم مرة أخرى من خلال تعمق الحوار مع جماعة المبحوثين، أفراد عينة البحث حول الأماكن المفضلة لقضاء وقت الفراغ فـقد مال الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٩) مبحوثا بنسبة (٤١,٠٧٪) من إجمال تكرارات أماكن قضاء وقت الفراغ المفضلة والبالغ عددها (١٦٨) تكرارا(**) إلى تحديد البيت كأفـضل مكان لقضاء وقت الفراغ. وفى البيت يتجه الجانب الأكبر من هؤلاء الأفراد (٢١) مبحوثا بنسبة (١٢,٥٪)

---

* يزيد عدد مفردات هذا الجـدول عن العدد الإجمالى للعينة لأن المبـحوث الواحد كان يتاح له اختيار أو ترديد أكثر من متغير.

** تزيد التكرارات هنا عن حجم العينة لأن المبحوث الواحد كان يحدد أحياناً أكثر من مكان.

إلى المكتبة للإطلاع وإعـداد الدروس وحفظ القرآن، والبعض الآخـر يتجه إلى سماع الراديو أو الـتليفزيون أو قراءة الصحف أو الحـديث مع الزوجة والأولاد .. إلخ. ويلى البيت، القـيام بزيارات الأهل (صلة الرحم) والأصدقاء بـنسبة (٢١,٢٣٪) ثم فى أماكن العمل الإضافى (١٢,٥٪) فى حـين لم تتجاوز نسبة الاشـارة إلى الذهاب للأماكن العامـة مثل مركز الشـباب على (٣,٧٥٪) وعـقد الندوات العامـة (١,٧٨٪)، وهى كلـها بيـانات تشيـر إلى مـحدودية النشـاط الاجتـماعى لجمـاعة الأئمـة، وسلامة مـا أشرنا إليه من قـبل حول مـحدودية ارتباطاتهم الإتصالية فى البيئة التى يعملون بها.

وبصرف النظـر عن دلالات كيفـية قضـاء وقت الأئمة أو الأماكـن المفضلة لوجودهم، فقـد اتجه البحث فى قياسـه للمركز الاتصالى للأئمـة، إلى التعرف على درجة إحاطـة الإمام بنوعية المنازعات التـى تقع بين الناس فى المنطقة التى يعمل بها، ثم بمدى تدخله لحل هذه المنازعات.

وتكشف البيـانات ، ونتائج الحوار فى هذا الجانب أن العـديد من الأئمة إما ليس لديه علم أو مـعرفة بـوجود مشـاكل أو خلافـات بين الأفراد : «مـافيش خلافات والحـمد لله» أو أن وعيه ودرجة إدراكـه بهذه الخلافات تبـدو سطحية ومحدودة إلى حد كبير، «مشـاكل بسيطة، خلافات عادية زى إللى بيحصل فى كل زمان ومكان» وهو أمر يسـهل تفسيره على ضوء ما سـبق الإشارة إليه حول انغلاق الجانب الأكبر من الأئمة وانحصار وجودهم إما بين جدران المسجد، أو البيت.

ومع ذلك فقد تمكـن بعض المبحوثين (٢٥) مبحـوثاً، بنسبة ٤٨,٢٥٪) من الإشارة إلى بعض الخلافات والمنازعات التى تقع عادة بين الناس، ودار معظمها حول الخـلافات الأسرية (الزوج والزوجـة) والمنازعات العائليـة على الميراث ، ومـشاكل الإيجـار والرى والحدود والجـيرة ومـعاكـسة الإناث، والخـلاف فى الرأى، والمسائل الفـقهية. وانحـصرت تصورات هؤلاء الأفراد فى أسباب هذه الخلافـات فى الجـهل والانحلال الخلقى، أو الدينى، والفـراغ لدى الشـباب، والبطالة وعقوق الأبناء، وأن الأطفال والنسـاء وراء كل المصائب على حد قول البعض، وأن الحل يكمن لدى غالبية هؤلاء الأفراد فى العودة للمنبع الأصلى، وهو الإسلام، ومن خـلال حفظ القـرآن والأحاديث النبوية والإلـتزام بالخلق القويم.

ويبدو واضحاً من هذه الاستجابات، وما تحمله من تصورات، أن جماعة الأئمة الذين تمكنوا من تحديد مشكلات أو الخلافات فى البيئة التى يعملون بها لا يختلفون كثيرًا عن هؤلاء الذين عجزوا عن تحديد هذه الخلافات، فقد ظلت تصوراتهم، وكما هو واضح آنفًا سطحية وأحادية الجانب لا تفرق بين السبب والنتيجة، أو بين الشكلى والجوهرى، وانحسار معارفهم حول الجوانب الاقتصادية والسياسية والاجتماعية. وانصب اهتمامهم الأساسى على الجانب الخلقى، بحيث أصبح هو الأساس لديهم، وأن إصلاح الحال لن يتأتى إلا من خلال إصلاح هذا الجانب والتمسك بالقيم والتقاليد الدينية الأصيلة، أو حفظ القرآن والأحاديث النبوية، وهو منحى، وإن كان مطلوبا، إلا أنه لم يعد يصادف هوى فى نفوس الأفراد أو على الأقل ليس كافيا لفهم وتفسير ما تعانيه البيئة من مشكلات جوهرية، وبالذات مع تزيد الضغوط المادية وتعقد مشكلات الحياة اليومية، التى يلاقيها الأفراد فى تدبير قوت يومهم. وكان الشىء اللافت للنظر هنا، أن أحداً من الأئمة لم يتحدث معنا مثلا عن طبيعة ما يَجرى من سياسات أو تحولات يشهدها المجتمع، ولم يشر أحد مثلا إلى سياسات الانفتاح أو الهجرة، أو أثر سياسات صندوق النقد أو البنك الدولى، أو عدم العدالة فى توزيع الدخول، أو محدودية الموارد والأراضى الزراعية، أو ضعف النظام التعليمى، أو الأداء الحزبى والمشاركة وغيرها من الجوانب التى تفسر أسباب تفشى المنازعات المادية بين الأفراد وداخل نطاق الأسرة أو العائلة الواحدة، وكانت تلميحاتنا خلال الحوار إلى مثل هذه الأمور تبدو كأنها شىء غريب وجديد يسمع لأول مرة، ولا دراية لجماعة الأئمة به، وهو أمر يسهل تفسيره على ضوء طبيعة تأهيل وإعداد هؤلاء الأفراد، وتركز دراساتهم على العلوم الدينية، وتجاهل أو محدودية دراساتهم للعلوم المدنية خلال دراساتهم الجامعية. أو خلال عملية التثقيف الذاتى التى تأخذ طابعا دينيا أيضاً وهو ما لاحظناه بوضوح خلال فحصنا لمحتويات بعض المكاتبات الموجودة بالمساجد أو بيوت بعض الأئمة التى قمنا بزيارتهم، حيث يندر أن تجد كتابا واحدا يتصل بالجوانب الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسة أو حتى بالمعلومات العامة بين محتويات هذه المكتبات.

وأياً كان الأمر، فقد كان من المفيد أن يتجه الحوار بعد ذلك للتعرف على المكانة التى يحظى بها الإمام فى البيئة وذلك من خلال الوقوف على درجة

تدخله فى حل المنازعـات أو لجوء الآخـرين إليـه لحل هذه المنازعات أو درجـة الاستعـانة برأيه فى الموضوعات المختلفة . وبدأنـا الحوار فى هذا الجانب بطرح السؤال الآتى، **هل حدث ويحدث عادة أن تتدخـل شخصيا لحل هذه الخلافات؟** ويوضح الجد ول رقم (٥) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل:

جدول رقم (٥)

درجة تدخل الأئمة لحل الخلافات بين الناس

درجة التدخـل	التكـــرار	(٪)
كثيراً	٥٤	٥٠,٠٠
أحياناً	٤٢	٣٨,٨٩
نادراً	١٢	١١,١١
إجمـــــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتظهر البـيانات أن (٥٤) مبحوثاً بنـسبة (٥٠٪) أى نصف عدد أفـراد عينة البحث، ترى أنها تتـدخل كثيرًا فى حل ما يقع من خلافـات ، وما يحدث من مـشـاكل بين الناس. فى حين أن (٤٢) مـبـحوثاً بنسـبـة (٣٨,٨٩٪) ترى أن تدخلها يتوقف على الظروف أحيانًا، وأوضح (١٢) مـبحوثاً بنسبة (١١,١١٪) أنها نادراً ما تتدخل لحل هذه الخلافات مما يشير إلى محدودية المكانة التى يحظى بها هؤلاء الأفراد فى البيئة التى عملون بها.

وعلى نفس المنوال، رد الجانب الأكبر من المبـحوثين بالإيجاب على تساؤلنا: **هل يقـصدك أحـد لحل مشكلة أو الإستعـانة برأيك فى موضـوع معين؟** فقد أوضح (٥٧) مبحوثاً بنسبة (٥٢,٨٧٪) من إجمالى عدد المبحوثين بأنه كثيرًا ما يقصدهم الآخرون لحل مشكلة أو الاستعانة برأيهم. فى حين أشار (٣٩) مبحوثاً، أنه أحياناً ما يحدث هذا وأوضح (١٢) مبحوثاً بنسبة (١١,١١) أنه نادراً ما يحدث أنه يقصدهم أحد لحل مشكلة أو الاستعانة برأيهم.

وبصـرف النظر عن هذه الاسـتـجابات الـلفظية، وعـلى الرغم من تواضع دالالتها فيما يتعلق بمكانة الأئمة، وبالذات إذا تعاملنا مع الإستجابة أحيانًا ونادرًا

برؤية واحدة، وميل الجانب الأكبر من المبحوثين، ربما كنوع من الدفاع الذاتى إزاء سؤال شخصى يتحدث عن مكانتهم، التأكيد على مكانتهم، فإن الملاحظة، ونتائج الحوارات المفتوحة، تشير إلى تدخل الأئمة فى فض المنازعات والخلافات العائلية وبالذات المتعلقة منها بالزواج والطلاق أو الميراث وانحسار تدخلهم فى المنازعات والخلافات الأخرى، كما أن اللجوء إليهم للإستعانة بالرأى أو الاستشارة عادة ما ينحصر فى المسائل الفقهية أو مسائل توزيع الميراث دون بقية الموضوعات الأخرى، التعليمية أو القانونية، أو الإدارية ... إلخ. ومع ذلك فإن فاعلية الإمام أو مصداقيته حتى فى هذه الأمور تتوقف على قدر ثقافته الدينية وحركيته الاتصالية فى البيئة ، فكلما كان أكثر نشاطاً، واحتكاكاً بالآخرين تزايد تداخله فى حل الخلافات أو الاستعانة برأيه والعكس صحيح. فقد أدى انتشار التعليم، والميل العام لدى المصريين من مختلف الأعمار للحديث فى الأمور الدينية والتثقيف الذاتى فى الدين، أن أصبح هناك الكثير ممن يستطيعون الإدلاء برأيهم فى المسائل الفقهية والدينية، وبالتالى لم يعد الإمام هو الشخص الدينى الوحيد لإستطلاع رأيه فى هذه الأمور ما لم يكن يتمتع بالحركية الاتصالية المشار إليها، وهو أمر سبق أن أشرنا إلى أن معظمهم إما محصور داخل جدران المسجد أو المنزل أو مشغول فى تدبير شئون حياته اليومية الخاصة.

ومع ذلك، ولمزيد من التحديد لمكانة الإمام قياسا على تصوراتهم لذواتهم لدى الآخرين، طرحنا السؤال المغلق الآتى : **قولى ما هو تصورك لمكانة رجل الدين لدى الناس الآن؟**

وتم تحديد أربع استجابات لهذا السؤال مكانة قوية جداً، مكانة قوية، مكانة عادية، مكانة ضعيفة، وأعقب ذلك السؤال المفتوح: **لماذا؟** ويوضح الجدول رقم (٦) نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل:

وتظهر الاستجابات اللفظية، أن الجانب الأكبر من المبحوثين أفراد عينة البحث، ترى أن مكانة رجل الدين مكانة قوية جداً (٤٥) مبحوثاً بنسبة (٤١,٦٧٪)، وهى قوية فقط لدى (١٨) مبحوثًا بنسبة (١٦,٦٧٪) ، ومع ذلك، فقد وصف (٤٥) مبحوثاً بنسبة (٤١,٦٦٪) وهى نسبة غير قليلة هذه المكانة بأنها عادية أو ضعيفة. وقد أرجع المبحوثون الذين أكدوا المكانة القوية

جدول رقم (٦)

تصور الأئمة لمكانة رجل الدين لدى الناس

التصور	التكــرار	(٪)
مكانة قوية جداً	٤٥	٤١,٦٧
مكانة قوية	١٨	١٦,٦٧
مكانة عادية	٣٠	٢٧,٧٨
مكانة ضعيفة	١٥	١٣,٨٨
إجمــــــالى	١٠٨	٪١٠٠

جداً أو القـوية لرجل الدين بين الناس ذلك، لأسـباب تعـود فى معظمـها إلى العامل الدينى، وتكشف اسـتجاباتهم اللفظية عن هذا المعنى: «لأن مـقامه من مقام النبى، طبيعة الناس تحب الدين وأصحاب الدين، لأن عادة الأرياف احترام رجل الدين، لأنه يـرتدى الزى الدينى، لأنه قـائد فى الـصلاة وخطيب، لأن الناس تحترم الشـيخ، لأنه إمام المسجد الذى يسمع الناس كلامـه إلى غيرها من الاستـجابات التى تشير إلى تصـور للمكانة يستمـد أساساً من احتـرام الآخرين للدين ورجالـه، وباعتبـارهم الأقدر على بيـان رأى الدين فى المسائل المخـتلفة وبفـحل دراساتـهم الدينية، بـصرف النظر عن آيـة اعتبـارات أخرى ذاتيـة أو موضـ عية تتعلق بشخوص الأئمة.

و ذا كان الأمر كذلك، فإن تراجع الوازع الدينى لدى الأفراد بفعل الضغوط المادية والإنشغال فى تدبير قوت الحياة اليومـية، أو تراجع الثقافة الدينية للأئمة بفعل القصور فى عمليات التدريب والتأهيل، قد يضعف بشدة من مكانة الأئمة لدى الآخـرين، وهو على مـا يبدو المصـدر الرئيـسى فى تقديـرنا للانخفـاض الملموس فى المكانة التى يحظى بها الأئمة لدى الآخرين فى الوقت الراهن.

وتدعم تبريرات المبحوثين الذين أكدوا المكانة العادية أو الضعيفة لرجل الدين بين الناس صحة هذا التصور، ويفيـد هنا أن نقدم نماذج من استجاباتهم فى هذا الشأن: «لأن الناس بالفعل فقدت الثقة برجل الدين حيث لا يلتزم بمنهج الله»، الإمام يلتزم بما يأتى إليه من الوزارة، وهى موضوعات لا تمت إلى الدين بصلة،

لأن الإمـام أصبح الآن مـرتبط بالمسـجد ولا يعـرف شيء سـوى حفظ القـرآن والصلاة، عدم اهتمام الـناس بالدين، الإعلام يشوه صورة رجل الدين، تعليم الإمام ضعيف يا أستاذ، عدم اهتمام الأئمة بالـرسالة السامية، العقبات الكثيرة، والظلم الواقع على الأئمـة والدخل المحدود،» إلى غـيرها من التبـريرات التى تشيـر إلى تراجع مـكانة رجل الدين فى المجـتـمع فى الوقـت الراهن بسـبب القيود، وضعف التأهيل وانصراف الناس عن الاهتمام بالأمور الدينية ، والدور السلبى لوسائل الإعلام وهكذا. . . وإذا أمعنا النظر فى التبريرات المختلفة لمكانة رجل الدين سواء التى تشـير إلى المكانة القـوية أو الضعيـفة، فإننا نجـد أنفسنا بصدد شـخوص لديها إحسـاس عام بانخفاض مكانة رجل الدين، إذا مـا نحينا جانبـا تلك الاستجابات اللفظيـة الافتراضيـة، أو النظرية التى تربط بين المكانة واحترام الناس للدين ورجـاله. فهذا الاحترام وإن كان مـوجوداً وكامناً إلا أنه كما أشـرنا قد يتوارى أمام الضغـوط المادية أو المعيشيـة للأفراد. أو المناخ العام الذى يسود المجتمع فى المرحلة الراهنة بصفة عامة.

ثالثاً: الضغوط المهنية ومشكلات الأداء الاتصالى للأئمة:

تعد الضغوط المهنـية والمشكلات التى يواجهها الأئمة فى ممارسـتهم لمهامهم، أحد أهم العوامل الفاعلة فى تحديد المقدرة الاتصالية أو التأثيرية لهؤلاء الأفراد، ذلك أن طبـيعـة فـهم الإمام لـرسالتـه، وللطريقـة المثلى للنجـاح فى أداء هذه الرسـالة، وعلاقـته بالجـهـة التى يعمل فى إطـارها وبالناس، وأساليب إعـداد الخطب والدروس. . . إلخ كلها عـوامل لها علاقـة بالكفاءة الاتصاليـة للإمام، ولأهمية هذا الجانب من جوانب تحديد المقدرة التأثيرية للأئمة، فقد اتجه البحث إلى التعرف علـى تصور المبحوثين لمهـمة إمام المسجد، وطرحنا السؤال بالصـيغة التالية:

قولى، ماهى مهمة إمام المسجد بالفعل؟

وتكشف استـجابات المبـحوثين على هذا التـساؤل عن التبـاين الواضح بين الفهم الرائـج المثالى لمهمـة الإمام لدى المبـحوثين وبين ما يمارسـونه فى الواقع الفـعلى، بفـعل الضغـوط المهنيـة التى يتـعرضـون لهـا. كذلك، الـتبـاين فى التصـورات بين شـمول مهـمـة الإمام، وبين انحصار هـذه المهمـة فى الدعـوة إلى الله.

فالجانب الأكبر من المبحوثين (٥٣) مبحوثاً بنسبة (٤٩,٠٧٪) ترى أن مهمة الإمامة مهمــة شاقة ورسالة سامية، تمتد لتشمل جــميع مناحى الحياة «كل أمور الدين والدنيا» على حد تعبيــر بعضهم، وعلى هذا الأساس فلدى هؤلاء الأفراد يقوم الإمام بتوعية الجماهير بأمور دينهم ومصاحبة الجماهير ومشاركتهم فى كافة مشاكلهم فضلا عن المساهمة فــى فض المنازعات والخلافات، وإقامة المشاريع أو البحث عن حلول للمشكلات بالتعاون مع أهل الخير. هذا الفهم المفترض لمهمة الإمام لدى هــؤلاء الأفراد يختلــف فى رأى بعض هؤلاء الأفراد أنفــسهم عــما يحدث فى الواقع، إذ أن المطلوب رسميا ، وعلى حــد تعبير بعض الأئمة، هو إلقاء المحاضــرات والدروس، وخطبة الجمعة وإمامــة الناس فى الصلاةوالالتزام بالوجود فى المسجد من العصر حتى صلاة العشاء وعدم ترك المسجد خاليا.

وقد انعكست هذه التعليمات الرسمية فى استجابات البعض الآخر من الأئمة حول مــهمــة إمام المســجد، حــيث ردد (٢٩) مبــحوثاً بنســبة (٢٦,٨٥٪) من إجــمالى المبحوثين والبــالغ عددهم (١٠٨) مبحوثاً بأن هذه المهــمة تتلخص فى إلقاء الدروس بين المغرب والعشاء، وخطبة الجــمعة، وإمامة الناس فى الصلاة. واتجه البــعض الآخر إلى حــصر مهــمة الإمــام ليس فقط فى بيــان أمور الدين وكشف مــحاولات أعداء الإســلام ولكن أيضاً حث الآباء على رعــاية أبنائهم، وحضــور الصــلاة وإظهار مكانة بيــوت الله فى الأرض ، وهو فهم لا يخــتلف كثيراً عن الفهم السابق الذى يحصر مهمة الإمام فى الالتزام بالتعليمات الرسمية وهى الإمامــة فى الصلاة، وإلقــاء الدروس، والخطب فى المواعيــد الرسمــية، والوجود بالمسجــد من الفترة ما بين العــصر والعشاء. وهى الفتــرة التى يفترض فيهــا المسئولون أن الناس تكثــر فيها من التردد عــلى المساجد بعد فراغــفهم من أعمالهم، وبالتالى إغــلاق المساجد أو عدم تركها خاليــة فى ساعات الذروة أمام أصحاب الإتجاهات المناوئة لاستخدامها فى تعبئة الأفراد ضد الحكومة.

وحول كــيفية نجــاح الإمام فى تحقيق مــهمته، تعــددت الرؤى وتفاوتت بين التأكــيد على الجوانب المثاليــة والأخلاقية وشــخصية الإمــام وبين ضرورة إزالة القيود والمعوقات التى تحد من قدرته على القيام بواجباته فى مجال الدعوة على الوجه الأكــمل. ويوضح الجدول رقم (٧) تصــور الأئمة أعــضاء عينــة البحث لكيفية نجاح الإمام فى أداء مهمته.

جدول رقم (٧)
(تصور الأئمة لكيفية نجاح رجل الدين فى مهمته)

التصـــــور	التكرار (*)	(٪)
بالخلق والقدوة الحسنة	٥٤	٢١,٩٥
بالعلاقة الطيبة مع الناس	٣٦	١٤,٦٣
بالتأهيل والإعداد الجيد وكثرة الإطلاع	٣٠	١٢,١٩
بالإخلاص فى الدعوة واعتبارها رسالة وليست وظيفة	٢٤	٩,٧٦
بإطلاق الحرية للإمام ورفع يد الوزارة عنه	٢٤	٩,٧٦
بالتدخل لحل مشكلات الناس	٢٤	٩,٧٦
بحفظ القرآن والسنة	٢١	٨,٥٤
إذا توافرت له الظروف والإمكانيات	١٨	٧,٣٢
بتصحيح نظرة المجتمع للإمام ورعايته	١٢	٤,٨٨
بالحديث عن المشاكل المعاصرة	٣	١,٢١
إجمالـــى	٢٤٦	٪١٠٠

وتظهر البيانات أن الخلق والقـدوة الحسنة تأتى على رأس العوامل التى يرى الأئمة أنها تساعد فى نجاح الإمام فى أداء مـهمته، وقد حصل هذا العامل على نسبـة (٢١,٩٥٪) . ويلى ذلـك، تصور العـلاقـة الطيبـة مع الناس وحـسن معـاملتهم والتقرب إليـهم بنسبة (١٤,٦٣٪) ثم بالتأهيل والإعداد الجيـد وكثرة القراءة والاطلاع والثقة فى النفس بنـسبة (١٢,١٩٪) والإخـلاص فى الدعوة واعتبارها رسالة وليس وظيفة أو مهنة للارتزاق بنسبة (٩,٧٦٪) وإطلاق الحرية للإمام وحسن مـعاملته من قبل وزارة الأوقاف والمفـتش الديني، وعدم تدخلها فى مهام الإمـام بالفرض وتوقيع الجزاء. . إلخ بنسبة (٩,٧٦٪) وبتفاعل الإمام مع الناس والتـدخل لحل مشكلاتهم أو المسـاعدة فى ذلك بنسـبة (٩,٧٦٪) ، وبحفظ القـرآن والسنة بنسبة (٨,٥٤٪) وبتوفير الظروف والإمكانيـات المناسبة للإمـام، وتصيـحح نظرة المجتـمع، وبالذات وسـائل الإعلام للإمـام ورعايتـه ومعاملته معاملة طيبة كالتى يـلاقيها ضابط الشرطة أو القاضى بنسبة (٧,٣٢٪)

*- يزيد عدد تكرارات هذا الجـدول عن العدد الأصلى للعـينة لأن المبحوث الواحـد كان يتاح له تحديد أكثر من تصور.

و(٤,٨٨٪) على الترتيب لكل منهما . وأخيراً بحديث الإمام المستمر عن المشاكل المعاصرة وليس المشاكل التقليدية بنسبة (١,٢١٪) فقط من إجمالى تكرارات تصور المبحوثين لكيفية نجاح الإمام فى أداء مهمته.

والمدقق فى هذه البيانات، يلاحظ أن جانباً كبيراً من عوامل نجاح الإمام فى مهمته، يقع خارج نطاق إمكانات الإمام الفعلية فهو ليس أمامه سوى حفظ القرآن والسنة، أما القدوة الحسنة والتأهيل الجيد وكثرة الأطلاع، وأطلاق الحرية، ورفع يد وزارة الأوقاف ، وتوفير الظروف والإمكانات والحديث عن المشاكل المعاصرة وتصحيح نظرة المجتمع وبالذات وسائل الإعلام. . إلخ فهذه كلها عوامل يصعب عليه تحقيقها أو التمسك بها على ضوء الضغوط المادية والحياتية والرقابة الصارمة المفروضة على الأئمة. ومحاولات التشويه التى يتعرضون لها، وبالذات من وسائل الإعلام. فضلاً عن ضعف الإمكانات، وعدم القدرة على التأهيل أو الاطلاع الجيد أيضا بفعل قلة الإمكانات، والحاجة إلى وجود إمام يعمل بمواصفات معينة، ويلتزم بالتعليمات، وموظف أكثر من أى اعتبار آخر قد يتعلق بالإخلاص للدعوة، أو التعامل معه على أنه يؤدى رسالة. . إلخ. وبالتالى فهو يركن عادة إلى الالتزام أو الانصياع على حد قول بعض المبحوثين للتعليمات ويعمل بعقلية الموظف ويؤدى دوره بهذه الصفة بصرف النظر عن أى اعتبار آخر، وقد انعكس كل ذلك فيما ردده البعض فى المناقشات المفتوحة: «والله يا أستاذ الإمام مظلوم ومخنوق ومدغدغ، ومحارب فى الماهيات والعمل، واللى بينافق هو اللى بيأخذ حوافز». وأنا غير متخصص، والمفروض الأمام بيتكلم فى كل شيء، ومش لاقى يشترى كتاب أو جريدة يقرأها، وفاقد الشيء لا يعطيه». «التعليم انتشر والناس أصبحت فاهمة، والإمام مضغوط مش عارف يعمل إيه» «هو أنا عارف أشترى كتاب ولا عندى مكتبة».

وقد كان من الطبيعى إزاء ما تكشف من حديث عن الضغوط أن يتجه الحوار مباشرة إلى بحث العلاقة بين أئمة المساجد ووزارة الأوقاف ممثلة فى المفتش الديني. وطرحنا على المبحوثين السؤال الآتي: **كيف ترى العلاقة بين إمام المسجد والمفتش الدينى؟** ولضبط الاستجابات قمنا بإغلاق هذا

السؤال. وحددنا عدة استجابات للمبحوثين فى هذا: علاقة طيبة جداً، علاقة طيبة ، علاقة يشوبها التوتر، وأخيراً علاقة سيئة. ويوضح الجدول رقم (٨) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل الهام.

جدول رقم (٨)

(علاقة الأئمة بالمفتش الديني)

التصور	التكـــرار	(٪)
طيبة جداً	٩	٨,٣٣
طيبة	٣٠	٢٧,٧٨
متوترة	٤٢	٣٨,٨٩
سيئة	٢٧	٢٥,٠٠
إجمـــــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتظهر البيانات أن الجانب الأكبر من المبحوثين أفراد عينة البحث (٦٩) مبحوثاً بنسبة (٨٩,٦٣٪) تصنف علاقة الإمام بالمفتش الدينى على أنها علاقة غير سوية، فهى إما متوترة (٤٢) مبحوثاً بنسبة (٨٩,٣٨٪) أو سيئة (٢٧) مبحوثًا بنسبة (٢٥٪) وتحدث البعض فى ذلك عن أن المفتش لا يقدر عادة مجهود الإمام أو يتعمد إحراجه أمام الناس، ويأخذ برأى الأهالى ولا يأخذ برأى الإمام، كما أنه يتعالى على الإمام وينظر إليه على أنه أقل علماً، ويأتى لاصطياد الأخطاء لكى يظهر أنه يعمل... إلخ.

وكان الإحساس بسوء المعاملة من جانب المفتش الدينى والروح العدائية بينه وبين الأئمة بادياً جداً فى حوارات هؤلاء المبحوثين ، وتكشف الحوارات المتعمقة فى هذا الجانب عن وجود ثلاثة مصادر للتوتر وسوء العلاقة بين الإمام والمفتش الديني: **أولا**: قضية ارتداء الزى الرسمي، حيث يرى بعض الأئمة وبالذات غير المقيمين بالمنطقة التى يوجد بها المسجد أن ارتداء الزى الرسمى باستمرار مسألة صعبة فيما يتعلق بالتنقل، وغسيل الملابس، وما يلاقونه من بهدلة فى المواصلات. **وثانياً** : الوجود فى المسجد فى الفترة الزمنية المحددة من صلاة العصر وحتى صلاة العشاء، وما قد يتصادف خلال هذه الفترة من قيام

الإمام بواجـب عزاء أو مجـاملة أو تلبيـة أمر طارئ يتطـلب وجوده بعـيداً عن المسجد. **وثالثاً** : فيـتعلق بما يرد من شكاوى ضـد الإمام من الأهالى وحـضور المفتش وتبنيه لرأى الأهالى وليس الإمام، فضلا عن الالتزام بما يرد من تعليمات بشأن طبيعة الدروس وخطبة الجمعة. ويحضرنى هنا موقفان: **الموقف الأول**، حدث بإحدى قـرى مركز بنى مزار، حيث حـضرت إلى المسجد بسـيارة البحث المكتوب عليها حكومة، وعندما سألنا عن الإمام لم يكن موجوداً، وهرع عامل المسجد للبحث عنه، وجاء بعد حوالى نصف ساعة يلهث وازداد رعباً من مشهد وجد غرباء والسيارة، ولم يتمكن من تمالك نفسه أو استعادة توازنه إلا بعد فترة طويلة، وبعد تأكيـدات من جانبنا بأننا غير تابعين لـلوزارة، ورد قائلاً: حنعمل إيه يا أستـاد المعيشة غـالية» **أما الموقف الـثاني** : فتم فـى مدينة الزقايـق، حيث حضرت لجنة تفـتيش دينى ولم يكن إمام المسجد مرتديا لزيـه، وبحضور الإمام تمتم أحد أعضاء اللجنة «برده مش لابس الزى مافيش مكافأة» وانظرفت اللجنة. وردد الإمام بعد انـصرافها: يخصـموا زى ما هم عوزين»، وهى كلـها مواقف تؤكـد تدنى العـلاقـة بين وزارة الأوقاف والأئمـة وحـتى هؤلاء الأفـراد الذين وصفوا فى الحوار العـلاقة بين الإمام والمفتش الدينى بأنهـا طيبة (٣٠) مـبحوثاً بنسبة (٢٧,٨٨٪) أو طيبة جداً بنسبة (٨,٣٣٪)، فإن هذا الوصف لا ينبع فى الواقع من علاقـة حب وإخلاص أو تعاون بين الاثنين، بقدر مـا يعكس التزام هؤلاء الأفراد بالتعليـمات وبالتالى عدم وجود مشاكل مـع المفتش. وقد حرص بعضهم بعد تصنيفـه للعلاقة بأنها طيبة أو طيبة جـداً إلى القول، إذا كان ملتزما بالتعليمـات، أو إذا قام بعمل كل ما يطلب منه. بعبارة أخـري، فإن المبحوثين الذين صنفوا العلاقـة على أنها سوية ـ على ضآلتـهم ـ فإن ذلك، ينبع إما من الإلتزام وتأدية المهمـة بعقلية الموظف أو من تصور لما ينبـغى أن تكون عليه هذه العلاقة بين اثنين يفترض أنهما يعمـلان فى مجال الدعوة، وبالتالى تصور علاقة حسنة وطيبة أكثر من الطبيعة الفعلية القائمة لهذه العلاقة.

وعلى العكس من العلاقة غير السوية بين الإمام والمفتش الديني، فإن الحوار مع جماعـة المبحوثين حول تصوراتهم للعـلاقة بين الإمام والناس، يكشف عن استجابات لفظية تشير فى جانبـها الأكبر إلى قوة هذه العلاقة. ويوضح الجدول رقم (٩) هذه الحقيقة:

جدول رقم (٩)

(تصور المبحوثين للعلاقة بين الأئمة والناس)

التصور	التكـــرار	(٪)
وثيقة جداً	٣٠	٢٧,٧٨
وثيقة	٥١	٤٧,٢٢
تجاهل وعدم اكتراس	١٨	١٦,٦٧
ضعيفة	٩	٨,٣٣
إجمـــــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتشيـر البيانات أن (٨١) مبحـوثاً بنسبة (٧٥٪) من إجمالى المبـحوثين أفراد عـينة البحث والبالغ عددهم (١٠٨) مبحوثين تتحدث عن علاقـة وثيقة جداً أو وثيقة تربط بين الأئمة باعتبارهم رجال دين وبين الناس. ومرة أخري، ينبغى أن نتعامل مع هذه النتيجة بشيء من التحفظ. فالأمر يتعلق بداية بمسألة شخصية، وميل طبيعى للدفاع الذاتى عن الهوية وشرعيـة الوجود، وثانياً، توجد احتمالية الخلط بين ما يفترض أن تكون عليه هذه العـلاقة وما هو قائم بالفعل، وبالذات إذا أخذنا فـى الأعتبـار ميل البـعض هنا إلى ترديد عـبارة «الأمر يتـوقف على شخصـية الإمام ومدى التـزامه بعلمه ومظهره». «العـلاقة تصبح وثيقـة عندما يلتزم الإمام بالسلـوك الواجب» ومع ذلك وفى إطار الوازع الدينى المسيطر على اتجاهات هؤلاء الأفراد، وما يحض الدين عـليه من أخلاق وحب للآخرين فى جانب، والميل العـام لدى الأئمة للإنغـلاق بفعل الضغـوط التى يتعرضـون لها فضلاً عن الرغـبة فى الدفاع عن الهوية وشـرعية الوجود فى جـانب آخر، فإن الاستجـابة المنطقى رداً على تساؤلنا **كيف ترى العلاقـة بين إمام المسجد والناس؟** هل الميل لتأكيد قوة هذه العلاقة أو قربها.

وأياً كانت غلبة الاسـتجابات التى تشير إلى قوة العـلاقة بين الأئمة والناس، فإنه يبقى ربع عدد المبحوثين (٢٧) مبحوثاً بنسبة (٢٥٪)، ترى أن العلاقة بين الأئمة والناس علاقة غير سوية أيضا تماماً مثلما هو الحال فى العلاقة مع المفتش الدينى حيث يتم وصف هذه العلاقة، إما بأنها تجاهـل وعدم اكترات أو ضعيفة بفعل طبيعة الأوضاع والظروف التى يعمل فى إطارها الأئمة.

وأياً كانت طبيعة العلاقة بين الأئمة والمفتش الدينى أو الناس، وما تفرضه هذه العلاقة من ضغوط مهنية ومشكلات اتصالية، فقد اتجه الحوار مباشرة للوقوف على كيفية تحديد جانب من النشاط الاتصالى للأئمة والمتمثل فى الدروس والندوات اليومية التى يعقدها ، وفى خطبة الجمعة وطرحنا السؤال الآتي: **كيف تحدد عادة موضوع درسك اليومى أو خطبة الجمعة؟** وحرصنا هنا على التمييز فى الإستجابات بين كيفية إعداد الدروس والندوات وبين الخطبة وقمنا بإغلاق هذا التساؤل، لتحديد ثلاثة أساليب أساسية فى إعداد الدروس وخطبة الجمعة: الاجتهاد الشخصي، تعليمات المديرية، طلب الناس. ويوضح الجدول رقم (١٠) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل:

جدول رقم (١٠)

(كيفية إعداد الأئمة للدروس وخطبة الجمعة)

الكيفية	الدروس اليومية		خطبة الجمعة	
	التكرار(*)	٪	التكرار	٪
اجتهاد شخصي	٣٩	٣١,٧١	٩	٨,٣٣
تعليمات من المديرية	٧٢	٥٨,٥٤	٩٦	٨٨,٨٩
طلب الناس	١٢	٩,٧٥	٣	٢,٧٨
إجمـــالى	١٢٣	٪١٠٠	١٠٨	٪١٠٠

وتظهر البيانات التدخل الكبير لوزارة الأوقاف فى تحديد النشاط الاتصالى للأئمة، فالجانب الأكبر من موضوعات الدروس والندوات اليومية أو خطبة الجمعة يأتى أساساً بتوجيهات من مديرية الأوقاف (٥٨,٥٤٪) للدروس و(٨٨,٨٩٪) لخطبة الجمعة. فى حين تتدنى إلى حد كبير نسبة إعداد الدروس اليومية وخطبة الجمعة اعتماداً على الاجتهاد الشخصى أو طلب الناس.

*- يزيد عدد التكرارات هنا عن عدد العينة الأصلية لأن المبحوث الواحد كان يحدد أحيانا أكثر من كيفية لإعداد الدروس.

والمدقق فى البيانات المعروضة آنفاً يلاحظ درجة من التفاوت فى تدخل وزارة الأوقاف فى تحديد موضوعات الدروس اليومية وخطبة الجمعة ، حيث يتزايد هذا التدخل فى خطبة الجمعة ربما بفعل كثرة رواد المساجد فى صلاة الجمعة فى حين يقل هذا التدخل ويترك هامشاً أكبر للأئمة فى إعداد الدروس اليومية، ربما أيضا بفعل الطابع المحدود لهذه الدروس وقلة عدد الرواد. فهناك (٣٩) مبحوثاً بنسبة (٣١,٧١٪) أشاروا إلى أن إعداد الدروس اليومية يأتى بناء على اجتهاد شخصى من الإمام و(١٢) مبحوثاً بنسبة (٩,٧٥٪) أشاروا إلى أن ذلك يأتى بناء على طلب الناس فى مقابل (٨,٣٣٪) و(٢,٧٨٪) على الترتيب فى حالة خطبة الجمعة.

وبصفة عامة، وأياً كانت الاستجابات اللفظية، فمن الواضح، أن هناك قيودًا مفروضة من وزارة الأوقاف على نشاط الأئمة وخطباء المساجد فى مجال الإعداد للدروس وخطبة الجمعة، وأن هذه القيود تتمثل فى تحديد موضوعات هذه الدروس والخطب. والمحاور الأساسية التى ينبغى على الأئمة تناولها. ويعد ذلك، كما أشرنا من قبل، أحد مصادر التوتر القائمة بين الأئمة وجهاز الإشراف والتفتيش التابع لوزارة الأوقاف، حيث ينظر الأئمة إلى هذه التعليمات على أنها قيود تحد من نشاطهم وتضعف من مصداقيتهم لدى الجماهير. وقد تحدث البعض فى ذلك عن الحرج البالغ الذى يشعرون به مع هذه التعليمات، فقد تأتى التعليمات بالحديث عن الانتماء لدى الشباب، ويكون هناك جريمة قتل وقعت أمام المسجد، أو حادث اغتصاب، أو سرقة فى المنطقة أو نزاع بين بلدين.. إلخ، والمفروض فى الإمام أن يتفاعل سريعًا مع مثل هذه الأحداث، ومع ذلك لا يستطيع بفعل الرقابة الصارمة المفروضة عليه ليس فقط من قبل وزارة الأوقاف ولكن من قبل جهاز المباحث. وأدنى تجاوز أو خروج عما ورد من تعليمات على المنبر يعنى توقيع الجزاءات التى قد تشمل الخصم من المرتب أو المكافآت المحدودة أصلاً، أو وقف صعوده على المنبر، أو نقله من جامع كبير إلى جامع صغير، أو حتى ضربه بعد انتهاء الصلاة من قبل المخبرين السريين خلال عودته إلى المنزل كما ذكر البعض ذلك، وهكذا يجد الإمام نفسه محصوراً بين طرفين توقعات الجماهير منه كقيادة دينية معبرة عن رأى الدين فى وقائع الحياة اليومية، وبين توقعات وزارة الأوقاف، ومباحث أمن الدولة فى ضرورة التزامه بالتعليمات التى ترد إليه. ويؤدى مثل هذا التشتت فى التوقعات

إلى إحساس جماعة الأئمة بالعجز وعدم القدرة على الأداء أو التأثير فى الآخرين. ومع ذلك فقد لمست خلال الحوار وجود اتجاه لدى بعض الأئمة لمحاولة إيجاد صيغة توليفية بين تعليمات الوزارة والاجتهاد الشخصى وطلب الناس فى إعداد الخطب والدروس وعلى حد تعبير بعضهم «الشاطر هو الذى يربط بين كل ذلك بلانفاق»، ولا تنبع مثل هذه المحاولة من رغبة صادقة فقط لإيجاد التوازن وخدمة الدعوة ولكن أيضاً للحفاظ على مكانة الأمام، ذلك أن التزامه الصارم بالتعليمات وروتينية الموضوعات المفروضة وعدم تجاوبها مع متطلبات المناطق الجعرافية المختلفة يؤدى فى كثير من الأحيان إلى انصراف الأفراد عن الإمام ومسجده، والصلاة فى مساجد أخرى أقل التزاماً بالتعليمات أو قدرة على عمل مثل هذه التوليفة التى يعتمد نجاح تحقيقها إلى حد كبير على ثقافة الإمام ومهاراته الاتصالية.

وأياً كان الأمر، ولمزيد من التحديد للضغوط والمشكلات التى يتعرض لها الأئمة، توجهنا للمبحوثين بالسؤال المباشر التالي، **هل تعتقد أنك تؤدى دورك فى مجال الدعوة على الوجه الأكمل؟** وكان اللافت للنظر فى استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل، هو الميل العام للنفي. ويوضح الجدول رقم (١١) هذه الحقيقة حيث تظهر البيانات أن الجانب الأكبر من الأئمة أفراد عينة البحث (٧٥) مبحوثاً بنسبة (٦٩,٤٤٪) تعتقد أنها لا تقوم بدورها فى مجال الدعوة على الوجه الأكمل بفعل الضغوط والمعوقات التى يواجهونها فى ممارسة دورهم. فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه يقوم بدوره على الوجه الأكمل (٢٢,٢٣٪) وإن كان بعضهم ربط بين ذلك وبين ضرورة معاونة

جدول رقم (١١)

(تصور الأئمة لمدى قيامهم بدورهم على الوجه الأكمل

التصور	التكرار	(٪)
يقوم بدوره على الوجه الأكمل	٢٤	٢٢,٢٣
لا يقوم بدوره على الوجه الأكمل	٧٥	٦٩,٤٤
يحاول قدر استطاعته	٩	٨,٣٣
إجمالى	١٠٨	٪١٠٠

الوزارة لهم وبالذات فى مجال إمدادهم بالكتب والمراجع الحديثة ، وأشارت نسبة لم تتجاوز (٨,٣٣٪) من إجمالى المبحوثين إلى أنها تحاول. وتجاهد على قدر استطاعتها وعلى حد تعبير بعضهم «بحاول على قدر طاقتي»، «بحاول على قدر ما فتح الله علي»، إلى غيرها من التعبيرات التى تشير إلى وجود معوقات يسعى هؤلاء الأفراد للتغلب عليها.

وكان من الطبيعى إزاء هذه النتائج، التى تشير إلى عدم قيام القطاع الأكبر من الأئمة بواجباتهم بالصورة المطلوبة، أن نسأل هؤلاء الأفراد على الفور عن **طبيعة المعوقات التى تواجه الأئمة فى مجال الدعوة**. وتظهر نتائج الحوار فى هذا الجانب عن وجود العديد من المعوقات على المستوى الشخصى والوظيفى ومع الناس.

فعلى **المستوى الشخصي**، تحدث المبحوثون بداية عن غلاء المعيشة وقلة الدخل، وعدم قدرة البعض على الزواج، وبعد المسجد عن محل الإقامة، والانشغال فى تدبير قوت الحياة اليومية للأسرة ، وعدم حفظ القرآن كاملاً، والخوف والرهبة من الجمهور وبالذات خلال خطبة الجمعة، وعدم الثقة بالنفس، والشعور بالعجز والقهر النفسي، وضعف الحصيلة العلمية. وعلى **المستوى الوظيفى** أعاد المبحوثون إثارة قضية الروتين والتعليمات الصارمة من الوزارة والمعاملة السيئة من جانب المفتشين، ونظرة الاحتكار والتفاهة التى يوجهونها إلى بعض الأئمة وعدم توافر الكتب أو اكتمالها، والصراع بين العاملين فى مجال الدعوة والتمييز بين الأئمة وعدم أخذ المستحقات من حوافز ومكافآت بسهولة والتأخير فيها وانحصار الدعوة فى المسجد ، والتنبيه بعدم ارتفاع الصوت خارج المسجد، وعدم القدرة على شراء الجرائد والمجلات والكتب. وعلى **مستوى العلاقة مع الناس**، تحدث البعض عن تدخل الناس بالذات أعضاء مجلس إدارة المساجد فيما لا يعنيهم، وتراجع ثقة الناس بالإمام، وسيادة النظرة إليه باعتباره مواليا للحكومة، وغير أمين ، وموظف قبل أن يكون داعية، واستهزاء الناس بصاحب الزى الأزهرى ، وجهل الناس بأمور الدين وانشغالهم فى الماديات.

ولمزيد من التحديد ، ومعاودة التثبت من النشاط الاتصالى للأئمة أفراد عينة البحث، عاودنا مرة أخرى التساؤل على مكانة الإمام، ومدى إقبال الأفراد

عليه لمشورته وأخذ رأيه، وطرحنا السؤال الآتي: **يا ترى عدد كبير ولا عدد بسيط من الناس إللى بيجيلك ياخد رأيك؟** وتظهر نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل، صحة تحليلاتنا السابقة حول النشاط الاتصالي للأئمة ، ومدى تدخله فى حل الخلافات، أو تردد الآخرين عليه للاستعانة به فى مشورة أو حل مشكلة، فقد أظهرت استجابات المبحوثين انقسام رؤى الأئمة وتفاوتها فى تقدير حجم المترددين عليهم للاستشارة. ويوضح الجدول رقم (١٢) تصور المبحوثين فى هذا المجال.

جدول رقم (١٢)

(تقدير الأئمة لعدد المترددين عليهم لأخذ مشورتهم)

التصور	التكـــرار	(٪)
عدد كبير	٥١	٤٧,٢٢
عدد بسيط	٥١	٤٧,٢٢
أخرى	٦	٥,٥٦
إجمـــــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتشير البيانات أن هناك (٥١) مبحوثاً بنسبة (٤٧,٢٢٪) تري أن عدداً كبيراً يأتى لأخذ المشورة. فى حين أن نسبة مماثلة، ترى أن العدد بسيط، ومالت نسبة لم تتجاوز (٥,٥٦٪) إلى ترديد استجابة مختلفة تربط بين حجم المترددين وطبيعة الموضوعات. ففى المسائل الدينية والفقهية يأتى عدد كبير، أما فى الأمور الأخري، فإن عدداً قليلاً أو محدوداً هو الذى يأتى لمشورة الأئمة. ونعتقد من جانبنا أن ذلك هو الأقرب إلى الدقة والواقع، حيث تسود النظرة إلى الأئمة باعتبارهم قيادة متخصصة فى المسائل الدينية فقط. أما فى المسائل الأخري، فتتراجع درجة قيادتهم للرأى أو استشارتهم إلى حد كبير.

وتتأكد هذه الحقيقة من استجابات المبحوثين حول تساؤلنا، **يا ترى الموضوعات اللى الناس بتيجى تسألك فيها، وتأخذ رأيك بتدور حول إيه فى العادة؟ حيث انحصرت غالبية الاستجابات فى المسائل الفقهية والدينية وندر إلى حد كبير، ورود استجابات تتحدث عن قضايا وموضوعات عامة**

وتأتى المسـائل المتـعلقـة بالطلاق، والميـراث، والزواج، وأركـان الطهـارة، والوضـوء، والزكـاة، وتنظيم الأسـرة، والربا، وفـوائد البنوك، والخـلافـات الأسرية وبالذات بين الزوج والزوجة على رأس قائمة الموضـوعات التى يستشار الأئمة فـيها. ولم تتجـاوز نسبة الاستـجابات التى أشارت فى جمـيع المجالات ونواحى الحـياة» . (٨,٣٣٪) من إجمـالى استـجابات المبـحوثين حـول طبيـعة الموضوعات التى يتجه الناس لأخذ رأى الأئمة فيها.

وتشيـر البيانات، أن كبـار السن(٥٠ سنة) فأكثر، هم أكـثر الفئات العـمرية توجهاً إلى الأئمة طلباً للمشورة فى المسائل الفـقهية والدينية، كما يلعب التعليم هنا دوراً كـبيراً فى نوعـية المتـجهين لمشـورة الأئمة، حـيث تلاحظ أن جمـاعة الفلاحـين، والتجار والحـرفيين، وحـيث ينخفض المستوى التـعليمى وتـتزايد معدلات الأميـة، من أكثر الفئات إقبالاً على مـشورة الأئمة. فى حين تنخفض إلى حد كبير نسبة توجه المهنيين والموظفين والطلبة. ومن حيث النوع، ترتفع نسبة توجه الرجال لمشورة الأئمة بالمقارنة بالنساء اللاتى يندر إلى حد كبير استطلاعهن لرأى الأئمـة فى المسائل الفـقهيـة والدينيـة. ويأتى ذلك إلى حد كـبير بـسبب انحصار مكان الاستشارة فى المسجد وانخفاض نسبة تردد الإناث على المساجد.

وبصرف النظر عن عدد المترددين على الأئمة طلبـاً للمشورة، أو طبيعة هذه المشورة، والفئات الاجتماعية الأكثر طلباً لها، فإن الشئ اللافت للنظر هنا، هو تأكيد الأئمـة أنفسهم بأن ما لديهم من معـارف ومعلومات دينية غير كـاف لتلبية احتياجـات الجماهير، أو تلبية احتيـاجات الدعوة. ويوضح الجدول رقم (١٣) نتائج استجابات المبحوثين. اللفظية على تساؤلنا : **أنت شايف أن مـا لديك من معلومات ومعارف دينية كـافية لتأدية دورك فى مجال الدعوة؟**

جدول رقم (١٣)

(تصور الأئمة لمدى كفاية ما لديهم من معارف دينية

التصـــــــور	التكـــرار	(٪)
معلومات كافية	١٥	١٣,٨٩
معلومات غير كافية	٩٣	٨٦,١١
إجمـــــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتشير البيانات أن الغالبية العظمى من الأئمة أفراد عينة البحث (٩٣) مبحوثاً بنسبة (٨٦,١١٪) ترى أن ما لديها من معلومات ومعارف دينية غير كافٍ لممارسة الأئمة لدورهم فى مجال الدعوة، وأنهم فى حاجة إلى المزيد من التثقيف والتدريب وبالذات على فنون الإلقاء والخطابة والتأثير فى الجماهير. وعاودوا التأكيد على احتياجاتهم إلى الكتب والدوريات السيارة، لمزيد من الاطلاع والتثقيف العام، فى ظل ثورة المعلومات والاتصال، وارتفاع مستويات التعليم لدى كافة طوائف الشعب. فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى كفاية ما لديه من معلومات دينية يتيح له ممارسة دوره فى مجال الدعوة على الوجه الأكمل (١٣,٨٩٪) من إجمالى المبحوثين، وهى بيانات حاسمة تؤكد تراجع المكانة الاتصالية للأئمة، وانحسار قدراتهم التأثيرية أو فاعليتهم فى الحياة الواقعية، واحتياجاتهم إلى المزيد من الرعاية والاعتناء فى مجال التأهيل والتدريب، وهى سياسة تتبناها وزارة الأوقاف فى الوقت الراهن من خلال إنشاء العديد من المراكز الإقليمية المعنية لإعادة تأهيل وتدريب الدعاة وأئمة المساجد وتنشيط دورهم فى المناطق الجغرافية المختلفة، وهى سياسة فى حاجة إلى تقييم علمى للتثبت من مدى تحقيقها لأهدافها على أرض الواقع.

رابعاً : علاقة الأئمة بقنوات الاتصال الجماهيرى :

لا نخفي، أن الفكرة الأساسية لهذا العمل نبتت أساساً من تلك الفجوة الملحوظة والمتزايدة بين قنوات الاتصال الشخصى وقنوات الاتصال الجماهيري، التى يشهدها المجتمع المصرى فى الوقت الراهن، والحاجة الملحة لدراسة طبيعة هذه الفجوة والبحث فى أساليب غلقها والعمل على تحقيق التكامل والتنسيق بين كافة مكونات عناصر بناء الاتصال العام فى المجتمع، وذلك بغية دعم العملية الاتصالية، وتحقيق فاعليتها فى خدمة الأهداف القومية. وكانت مناسبة ملاءمة لبحث هذه الفجوة، وفهم طبيعتها قياساً على علاقة الأئمة بقنوات الاتصال الجماهيري، وخصوصاً وأن أحد افتراضات البحث يسعى للتحقق من هذه الفجوة، ويفترض أنها عدائية وغير متكاملة.

ولتحقيق هذا المسعى واختبار هذه الفرضية، طرحنا على المبحوثين السؤال الآتي: **إيه رأيك فى التليفزيون كوسيلة إعلامية؟** ويكشف الجدول رقم (١٤) نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل :

جدول رقم (١٤)

(تصور الأئمة للتليفزيون كوسيلة إعلامية)

التصور	التكـــر	(٪)
وسيلة هدم وفساد	٧٥	٦٩,٤٥
وسيلة فعالة وتخدم الدعوة	٣	٢,٧٨
وسيلة لها محاسنها ومساوئها	٢١	١٩,٤٤
حسب الاستخدام	٩	٨,٣٣
إجمـــــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتظهـر البيـانات، أن الجانـب الأكبـر من المبحـوثين (٧٥) مـبحـوثاً بنسبة (٦٩,٤٥٪) تنظر إلى جهاز التليفزيون باعتـباره وسيلة هدم وفساد فى المجتمع، ويفيد هنـا أن نعرض لنماذج من الاستـجابات كما وردت على لسـان المبحوثين لبيان طبيعة الموقف والاتجاهات السائدة لدى هؤلاء الأئمة عن جهاز التليفزيون: «هو جهاز فاشل وخطر، اسمه المفسديون، وسـيلة لتدمير عقول الشباب، نحن نعطى الجرعـة الطيبة، والتليفـزيون يعرض الرقصـات الخليعة، وسيلة لإفـساد الأخلاق وإغضاب الرب، القـائمون عليه شيوعيون وعـملاء، هو رأس الفساد والبـلاء بملء الفم، التليـفزيون غـيـر الناس تغيـيـر جذرى وأفـسـد أخلاقـهم وطباعـهم، وسيلة شيطانيـة» إلى غيرها مـن الاستجابات الـتى تعكس مواقف واتجاهات عدائية لدى الـقطاع الأكبر من الأئمة نحو ممارسات جهـاز التليفزيون وبالذات نحو ما يقـدمه من أفلام ومسلسلات وإعلانات تليفـزيونية، يرون أنها تخالف تعاليم الإسلام وتفسد ما يسعون إلى إصلاحه. على أن باعثاً آخر يكمن وراء هذه النظرة العدائيـة، ويتمثل فى سـيادة الاعتقـاد لدى هؤلاء الأفراد بأن التليفـزيون يمارس دوراً خطراً فى تشويه صورة رجل الدين فى المجـتمع، وأنه أحد العوامل الرئيسية وراء تراجع مكانة الأئمة لدى الناس.

وتشير المشاهدات الواقعية، أن ممارسات التليفزيون كثيراً ما تكون مادة للتندر والسخرية والاستـشهاد على تفشى الفساد للأئمة، على اخـتلافهم، فوق المنابر وخلال الدروس الـيوميـة، وأن الاتجاهات العـدائية السـائدة لدى الأئمة نـحو

التليفـزيون تنعكس فى تشككهم أو تشكيكهم فى جـميع الحمـلات التى يسعى التليفزيون إلى ترويجها بين الأفراد وبالذات حملاته فى مجال تنظيم الأسرة.

وعلى الرغم من وجود نسـبة غير قليلة من الأئمة، (١٩,٤٤٪) تتعامل مع جهاز التليفزيون برؤية أكثر اعتدالاً، وتنظر إليه باعتباره جهازاً إعلامياً له مساوئه ومـحاسنـه، إلا أن العديد من هؤلاء الأفـراد كـان يميل إلى تأكـيـد مسـاوئه، بممارساته القائمـة، أكثر من محاسنه وتحددت مـحاسنه فى تصور هؤلاء الأفراد فى برنامج الشيخ الشعراوي، وندوة للرأي، ونشرة الأخـبار، وعالم الحيوان، وبرنامج مـصطفى محـمود، أمـا مسـاوئه فـعديدة، وتتـعلق بالأفلام الهـابطة والبرامج السخيـفة، والخلاعة فى الإعلانات، وشرب الخمر ومعـانقة النساء. إلخ ومالت نسبة (٨,٣٣٪) إلى ترديـد استجابة حسب الاستخـدام وهى استجابة لا تنفى فى الواقع النظرة العدائية لممارسات التليفزيون الراهنة فى تصوراتهم، ولم تتـجاوز نسبة من أشـار إلى أنه وسلة فعالة وتخـدم الدعوة (٢,٧٨٪) فقط من إجمالى المبحـوثين. وبصفة عامة نستطيع أن نؤكد أن الغـالبية العظمى من أئمة المساجد غير راضية عن ممارسات التليـفزيون الراهنة، وتتخذ مواقف عدائية من هذه الوسيلة الأعلامية وهى المواقف التى تلقى بتأثيراتها على مواقف واتجاهات العامة من الناس تجاه التليفزيون، وهو أمر له خطورته وينبغى تداركه.

وقد كان من الطبيعى إزاء هذا الموقف العدائى، أن يتجه الحوار للتعرف على درجة تعرض الأئمة للتليفـزيون، وسلوك هذا التعرض. وطرحنا على المبحوثين السـؤال الآتي : [illegible]ت مـتعـود تشـاهد التليفـزيون؟ وكـان اللافت للنـظر فى استجابات المبحو[illegible] على هذا التساؤل هو الميل العام لتفضيل الإجابة بـ «أحياناً» واختفاء الإجابة بـ «دائماً». ويوضح الجدول رقم (١٥) هذه الحقيقة:

جدول رقم (١٥)
درجة تعود الأئمة على مشاهدة التليفزيون

درجة التعود	التكـــرار	(٪)
دائماً	–	—
أحياناً	٩٩	٩١,٦٧
لا يشاهده	٩	٨,٣٣
إجمـــــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتظهر البيانات، أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٩) مبحوثاً بنسبة (٩١,٦٧٪) تشاهد التليفزيون «أحياناً في حين لا يشاهده على الإطلاق (٨,٣٣٪) من إجمالي المبحوثين وهي استجابة منطقية تظهر ثلاث حقائق: **الحقيقة الأولى**، الموقف العدائي للغالبية العظمى من ممارسات التليفزيون وما يعنيه ذلك من أنهم يشاهدونه، **والحقيقة الثانية**، هي تراجع معدلات حيازة الأئمة لهذا الجهاز الأعلامي على النحو المشار إليه من قبل، حيث لم تتجاوز هذه المعدلات (٥٨,٣٣٪) من إجمالي المبحوثين، بما يعني أن نسبة غير قليلة من الأئمة تشاهد التليفزيون في أماكن غير البيت، وبالتالي فهي غير منتظمة في هذه المشاهدة.

ويكشف الحوار مع جماعة المبحوثين أفراد عينة البحث، والذين أقروا بمشاهدتهم للتليفزيون، عن البرامج المفضلة في التليفزيون ، سيادة الميل العام لإنكار مشاهدتهم للأفلام، والمسلسلات، والإعلانات، وحديثهم عن مشاهدة البرامج الدينية والثقافية فقط. وهو أمر غير منطقي، على ضوء انتقاداتهم واتهاماتهم الشديدة لهذه البرامج إذ كيف ينتقد الإنسان شيئاً لم يشاهده، والمؤكد أنهم يشاهدون هذه البرامج ولكنهم لا يعبرون عن ذلك على المستوى اللفظي، الأمر الذي يشير إلى ازدواجية واضحة في هذا المجال.

وقد حظى برنامج الشيخ الشعراوي ومصطفى محمود على أعلى نسبة تكرارات في إشارات المبحوثين للبرامج التي يشاهدونها في التليفزيون. ووصلت هذه النسبة إلى (٨٥٪) من إجمالي المبحوثين الذين أقروا بمشاهدتهم للتليفزيون، والبالغ عددهم (٩٩) مبحوثاً. ويلي ذلك، برنامج جولة الكاميرا، والمباريات الرياضية، ونشرة الأخبار، ونقل جلسات مجلس الشعب والشورى على الترتيب.

وإذا تجاوزنا التليفزيون إلى الراديو، فإن الموقف العام إزاء هذه الوسيلة الإعلامية، يبدو أنه أفضل حالاً من جهاز التليفزيون، ويوضح الجدول رقم (١٦) رأى المبحوثين في جهاز الراديوحيث تظهر البيانات التحسن الواضح في اتجاهات الأئمة تجاه الراديو كوسيلة إعلامية بالمقارنة بالتليفزيون، فهناك (٦٠) مبحوثاً بنسبة (٥٥,٥٥٪) من إجمالي المبحوثين رددوا استجابات إيجابية تجاه الراديو. ويفيد أن نعرض هنا لنماذج من هذه الاستجابات: «الراديو ممتاز، الراديو مهم ومفيد، طيب ووسيلة حسنة، وسيلة ناجحة جداً، لا بأس به،

جدول رقم (١٦)

(رأى الأئمة فى الراديو كوسيلة إعلامية)

الرأى	التكـرار	(٪)
وسيلة مفيدة وتخدم الدعوة	٦٠	٥٥,٥٥
وسيلة ضارة وخطرة	١٥	١٣,٨٩
وسيلة ضعيفة أمام التليفزيون	١٢	١١,١٢
إذاعة القرآن الكريم وسواها عبث	٢١	١٩,٤٤
إجمـــالى	١٠٨	٪١٠٠

وسيلة تربط بين الشعب والمجتمع، وسيلة فيها برامج شيقة إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى الموقف الإيجابى من هذه الوسيلة الإعلامية. ومع ذلك تظل هناك نسبة غير قليلة وتكاد تقترب من نصف عدد المبحوثين تتعامل مع الراديو على أنه إما وسيلة ضارة وخطرة (١٥) مبحوثاً بنسبة (١١,١٢٪) أو أنها لا تعتقد فى الراديو سوى محطة القرآن الكريم وما عداها من محطات أو برامج فجميعها عبث على حد تعبير (٢١) مبحوثاً بنسبة (١٩,٤٤٪) من إجمالى المبحوثين، وهو أمر يشير إلى التراجع النسبى الملحوظ فى درجة ارتباط الأئمة أيضاً بهذه الوسيلة الإعلامية على الرغم من موقفهم الإيجابى العام تجاهها.

ويدعم حقيقة ضعف ارتباط جماعة الأئمة بالراديو نتائج الحوار مع المبحوثين حول درجة تعودهم على سماع الراديو. ويوضح الجدول رقم (١٧) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على تساؤلنا: **إنت متعود تسمع الراديو؟**

جدول رقم (١٧)

درجة تعود الأئمة على الاستماع للراديو

درجة التعود	التكـرار	(٪)
دائماً	٣٠	٢٧,٧٨
أحياناً	٧٢	٦٦,٦٦
لا يسمع الراديو	٦	٥,٥٦
إجمـــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتظهر البيانات، أن الجانب الأكبر من المبحوثين يستمع إلى الراديو **أحياناً** (٧٢) مبحوثاً بنسبة (٦٦,٦٦٪) فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه يستمع إلى الراديو بصفة دائمة أو منتظمة (٢٧,٧٨٪) من إجمالى المبحوثين والبالغ عددهم (١٠٨) مبحوثين. ونفى (٦) من المبحوثين بنسبة (٥,٥٦٪) الاستماع للراديو على الإطلاق وهى جميعها بيانات تشير إلى ضعف ارتباط الأئمة بجهاز الراديو بصفة عامة، وإن كانت مبررات هذا الضعف تختلف عن التليفزيون، حيث يتأتى ذلك ليس بفعل الموقف العدائى، أوعدم حيازة الجهاز، ولكن فى المقام الأول بسبب ضيق الوقت والمشغولية،و وعدم وجود ما يثير الرغبة أو الدافع لدى جماعة الأئمة للاستماع لهذه الوسيلة الإعلامية.

ويؤكد الحوار مع المبحوثين أفراد عينة البحث، حول البرامج المفضلة، وسلوك التعرض للراديو، حقيقة ما سبق الإشارة إيه حول ضعف ارتباط المبحوثين بالراديو، فهناك (٦٦) مبحوثاً بنسبة (٦١,١١٪) من إجمالى المبحوثين البالغ عددهم (١٠٨) مبحوثين، أشارت رداً على تساؤلنا **إيه البرامج اللى متعود تسمعها فى الراديو؟** أنها لا تسمع سوى إذاعة القرآن الكريم فقط، على الرغم من أن التساؤل يدور حول برامج وليس محطات إذاعية، وكان واضحاً عدم قدرة العديد منهم على تحديد أسماء برامج بعينها حتى فى إذاعة القرآن الكريم. ومع ذلك، فقد أشارت نسبة لم تتجاوز (٩,٢٦٪) إلى ميلها بالإضافة إلى الاستماع إلى البرامج الدينية، الاستماع إلى نشرات الأخبار والبرامج السياسية، كما وردت على سبيل الحصر على لسان المبحوثين. برامج: زيارة لمكتبة فان، وهمسة عتاب، ولقاء الشيخ الشعراوى، ,شاهد على العصر، وأقوال الصحف، ولغتنا الجميلة، وعلى الناصية، وأجراس الخطر، وربات البيوت، دون بقية البرامج الأخرى. وهى عادة برامج تذاع إما فى الصباح الباكر، أو فى ساعات متأخرة من الليل، وهى على ما يبدو الفترات التى تتزايد احتمالات تعرض الأئمة خلالها للراديو، أما بقية الفترات، فتكاد تكون معدومة بالنسبة للغالبية العظمى من الأئمة أفراد عينة البحث.

وإذا تجاوزنا الوسائل المسموعة إلى الوسائل المطبوعة فإننا نجد أن مركز الجرائد، لا يقل سوءاً عن مركز التليفزيون، ويوضح الجدول رقم (١٧) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية. رداً على تساؤلنا : **إيه رأيك فى الجرائد كوسيلة إعلامية؟**

جدول رقم (١٧)

رأى الأئمة فى الجرائد كوسيلة إعلامية

الـــرأى	التكرار(*)	(٪)
- وسيلة هدامة ولا تخدم الدعوة	٥٤	٢١,٩٥
- وسيلة غير صادقة أو أمينة	٣٦	١٤,٦٣
- وسيلة هادفة وممتازة بشرط	٣٠	١٢,١٩
- وسيلة تابعة للحكومة والسياسيين	٢٤	٩,٧٦
- الجرائد الدينية كويسة	٢٤	٩,٧٦
- الجرائد مهمة وجيدة	٢٤	٩,٧٦
- الجرائد لا تخدم شخصية الداعية	٢١	٨,٥٤
- لا يقرؤها	١٨	٧,٣٢
إجمالى	٢٤٦	٪١٠٠

وتظهر البيانات، أن الجانب الأكبر من المبحوثين، يرى أن الجرائد إما وسيلة هدامة لاتخدم الدعوة أو غير صادقة وأمينة بنسبة (٥٤,٣٤٪) من إجمالى تكرارات آراء المبحوثين فى الجرائد البالغ عددها (١٣٨) تكرارًا، كما أنها تابعة للحكومة وللسياسيين والعلمانيين ولا تخدم شخصية الداعية بنسبة (٥٢,٦٪) لكل منهما. ويفيد هنا أن نقدم نماذج من استجابات المبحوثين فى هذا الشأن «الجرائد مضللة، تزيف الحقائق، لا تعبر عن رأى الشعب، تروج أخبار كاذبة، تعمل على محو الدين وبث العلمانية، مضيعة للوقت ولا تفيد» إلى غيرها من الاستجابات التى تعكس مواقف واتجاهات غير إيجابية نحو الجرائد، لدى القطاع الأكبر من المبحوثين.

وفى مقابل ذلك لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنها مهمة وجيدة (٤,٣٥٪) من إجمالى تكرارات الرأى فى الجرائد، ومالت نسبة لا تتجاوز (١٠,٨٩٪) إلى الإشارة إلى أنها ممتازة، ولكن ربطت ذلك بعدة شروط منها الصدق، وتخصيص مساحة أكبر للصفحات الدينية مع انتظامها، وأن تنهج النهج الإسلامى فى معالجة موضوعاتها. وهى شروط تشير إلى عدم رضا هؤلاء الأفراد أيضا عن الممارسات الحالية للجرائد. وانحسرت الجرائد المفضلة (الكويسة) لدى (٤,٣٥٪) فى الجرائد الدينية وجاء على رأسها مجلة اللواء

* يزيد عدد التكرارات فى هذا الجدول عن حجم العينة الأصلية لأن المبحوث الواحد كان يتاح له إبداء أكثر من رأى.

الإسلامى، ولواء الإسلام، والمسلمون كما تظهر البيانات أن هناك (٦٩,٨٪) من إجمالى المبحوثين أفراد عينة البحث لا تقرأ الجرائد على الإطلاق لعدم قدرتهم على الحصول عليها سواء بالاستعارة أو الشراء.

هذا الموقف العدائى وغير الودى الغالب لجماعة الأئمة أفراد عينة البحث، انعكس على درجة تعودهم على قراءة الجرائد ويوضح الجدول رقم (١٨) هذه الحقيقة:

جدول رقم (١٨)

درجة تعود الأئمة على قراءة الجرائد

درجة التعود	التكـــرار	(٪)
دائماً	٣٠	٢٧,٧٨
أحياناً	٦٦	٦١,١١
لا يقرؤها	١٢	١١,١١
إجمـــــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتظهر البيانات أن (٦٦) مبحوثاً بنسبة (٦١,١١٪) تقرأ الجرائد أحياناً وبالمصادفة، وأن (١٢) مبحوثاً بنسبة (١١,١١٪) لا تقرؤها على الإطلاق، فى حين أن هناك (٣٠٪) مبحوثًا فقط بنسبة (٢٧,٧٨٪) هم الذين يقرءون الجرائد بانتظام، وكما سبق أن أشرنا فى موضع سابق، فقد اشتكى العديد من المبحوثين أفراد عينة البحث من عدم قدرتهم على شراء الجرائد أو المطبوعات عامة، بسبب غلاء أسعارها، ومحدودية دخولهم، ولعل ذلك بالإضافة إلى الموقف العدائى من الجرائد، هو الذى يجعلنا نؤكد على ضعف الإرتباط الفعلى لجماعة الأئمة بالجرائد مثلما هو الحال مع جهاز التليفزيون والراديو.

ويظهر الحوار حول حول أسماء الجرائد المفضلة عن انحصار هذه الجرائد فى الجرائد الدينية والجرائد القومية، وقلة تعرض جماعة الأئمة للجرائد الحزبية وعلى مستوى الجرائد القومية تأتى جريدة الأهرام على رأس القائمة تليها جريدة الأخبار والمساء والجمهورية. وعلى مستوى الجرائد الدينية، تتصدر

جريدة اللواء الإسلامى، والـنور، على الترتيب قائمة الجرائد الديـنية المفضلة، وعلى مستـوى الجرائد الحزبية، تأتى جـريدة الشعب والوفد دون بقـية الجرائد الحزبية الأخرى.

ومـرة أخرى، عـاود المبحـوثون فى الحـوار معـهم حـول سلوك تعرضـهم للجرائد، والموضوعات التى تحظى بإهتمامهم التأكيد على قراءة المواد الدينية فى الجـرائد، ويأتى ذلك على رأس الأولويات، ثم الأخـبار، والعـناوين العامـة، ومقالات الكتاب. ونركـز هنا على سبيل الحصر والترتيب: مـصطفى محمود، وأحـمد بهـجت، وثروت أباظة، ومـصطفى أميـن، وجمـال بدوى، وأخيـراً الرياضة والحوادث، وهى كلها بيانات تدعم صحـة ما أشرنا إليه آنفاً من ضعف ارتباط الأئمة بالجرائد أو تفاعلهم معها.

وإذا انتقلنا إلى المجلات، فـإننا نجد الغالبية العظمى. إما أنـها تقرأ المجلات أحيـاناً وبالمصـادفة أو لا تقـرؤها على الإطلاق. ويوضح الجدول التـالى هذه الحقيقة:

جدول رقم (١٩)

(مدى قراءة الأئمة للمجلات)

مدى القراءة	التكـــرار	(٪)
دائماً	٢٤	٢٢,٢٢
أحياناً	٤٥	٤١,٦٧
لا يقرؤها	٣٩	٣٦,١١
إجمـــــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتظهر البـيانات، أن (٢٤) مبـحوثاً بنسـبة (٢٢,٢٢٪) فقط هـى التى تقرأ المجـلات دائمًا وتظهر الحـوارات فى هذا المجال، انحـصار هذه المجـلات فى المجلات الدينية كاللواء الإسـلامى ومنبر الإسلام ومجلة الأزهر.. إلخ. دون بقيـة المجلات العامة أو المتـخصصة الأخـرى والتى لم ترد على الإطلاق على لسان المبـحوثين سـواء الذين يقرءون المجـلات بانتظام أو أحيانـاً. فى حين أن هناك (٣٩) مبحـوثاً بنسبة (٣٦,١١٪) لا تقرأ المجلات بأنواعهـا المختلفة على

الإطلاق ربما وفى المقام الأول لعدم قدرتهم على الحصول عليها سواء بالاستعارة أو الشراء وأشار (٤٥) مبحوثاً بنسبة (٤١,٦٧٪) إلى أنه يقرأ المجلات أحياناً. وحسب الظروف. وربما جاء ذلك على سبيل تفضيل هذه الاستجابة، وعدم الظهور أمامنا بمظهر العاجز أو غير المطلع. وقد تبين لى بوضوح فى علاقة الأئمة بالمجلات، أن الجانب الأكبر منهم عاجز بالفعل حتى عن ترديد أسماء العديد من المجلات الموجودة فى السوق، وأنهم نادرًا ما يقرءون هذه المجلات أو يتعرضون لها بفعل أرتفاع أسعارها، وعدم قدرتهم على الحصول عليها، وأن البعض الذى يتجه إلى شراء المجلات الدينية ،يقوم بذلك تحت ضغط الحاجة للاستعانة ببعض موادها فى الإعداد للدروس أو خطب الجمعة قبل أى شيء آخر قد يتعلق بالتثقيف العام.

وعلى النقيض مما تقدم يحظى الكتاب بمكانة وأهمية خاصة لدى جماعة الأئمة أفراد عينة البحث. ويوضح الجدول رقم (٢٠) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على تساؤلنا بتقرأ كتب؟

جدول رقم (٢٠)

(درجة تعود الأئمة على قراءة الكتب)

درجة التعود	التكرار	(٪)
دائماً	٨٧	٨٠,٥٦
أحياناً	٢١	١٩,٤٤
لا يقرؤها	--	--
إجمالى	١٠٨	٪١٠٠

وواضح من بيانات الجدول، درجة تعود الأئمة على قراءة الكتب، وذلك ربما تحت ضغط الحاجة إلى ممارسة مهامهم فى مجال الدعوة، حيث تعد الكتب المصدر الوحيد الأساسى تقريباً الذى يستعان به لتزويدهم بالمعلومات والمعارف عن الموضوعات التى يزعمون الحديث فيها سواء خلال الدروس اليومية أو خطب الجمعة أو المناقشات مع الناس. ولذلك، اختفت تماماً نسبة عدم قراءة الكتب بين جماعة الأئمة، كما لم تتجاوز نسبة الاستجابة بأحيانًا (١٩,٤٤٪)

فى حـين أوضح (٨٧) مـبحـوثًا بنسـبة (٥٦ , ٨٠٪) أنهم يقـرؤن الكتب دائمًا وبانتظام كأحد أهم واجباتهم اليومية.

يبد أن الشيء اللافت للنـظر هنا وله دلالته هو اقتـصار عملية قـراءة الأئمة للكتب، على قـراءة الكتب الدينيـة فقط، ويندر قـراءتهم للكتب الأخـرى فى مجالات العلـوم الإنسانية المختلفة، ربمـا بفعل عجزهم التام عـن الحصول على هذه الكتب. وحـول أسماء آخـر الكتب التى قـرأها أفراد عينة الـبحث وردت الإشارات إلى مـكتبة الإمـام التى سلمتـها الوزارة إلى الأئـمة، وخصم ثمـنها المحجوب على حد تعـبير بعض المبحوثين ، والفتاوى، ومـعجزة القرآن الكريم للشيخ الشعراوى، وتفسير ابن كثير، وكـتاب فقه السنة، والعقائد للشيخ السيد سـابق، وأدب الدين والدنيا لحـسن الـبصرى، والتـيـارات المعادية للإسـلام، ومفاتيح الغيب للإمام فخـر الدين الرازى، وقصص السنة لأحمد عمر هاشم، وإحيـاء علوم الدين، وكتاب الروح لابن القـيم، وأصول الفقـه للإمام محـمد الغزالى، وتربية الأولاد فى الإسلام ووصايا الرسول للشيخ طه عفيفى، وورثة الفردوس للشـيخ كشك، ونور اليـقين لسنة سيـد المرسلين، ونظام الحكم فى الإسلام، والإعـلام فى القرآن لعبـد القادر حاتم. وواضح هنا انحـسار إطلاع الأئمة على الكتب العامة، وشدة ارتباط التثقيف بالكتب والمؤلفات الدينية التى يستعان بها فى ممارسة مهام الدعوة.

خامساً: الموقف من القضايا المجتمعية المطروحة:

أظهر العرض السابق لعلاقة الأئمة بقنوات الاتصـال الجماهيرى مدى الفجوة الواسـعة بين الأئمـة أفراد عـينة البـحث وبين هذه القنوات، وقـد تمثلت هذه الفجوة فى ضـعف ارتباط الأئمة كقنوات اتصال شخـصى بقنوات التليفزيون، والراديو والصحف بـأنواعها المخـتلفة كقنوات اتصـال جمـاهيرى.. ولا نكاد نخفى أن تحليل مـوقف الأئمة من بعض القـضايا المجتـمعيـة المثارة فى الوقت الراهن، لا يستهدف فقط التعرف على رؤية هؤلاء الأفراد كقنوات اتصال حيال هذه القضـايا المجتمـعية، ولكن أيضًا التـعرف على طبيـعة فجـوة الإتصال بين قنوات الإتصـال الشخـصى والجماهـيرى قيـاساً على الموقـف من عدة قضـايا مجتمعية، معروف سلـفاً الإتجاه العام لقنوات الإتصال الجماهيرى وبالذات تلك التى تشرف عليها الدولة بصورة أو بأخـرى كالتليفزيون والراديو، والصحف. منها وتحديدا قضايا: تنظيم الأسرة ، والتطرف ، والفساد، والتنظيمات الدينية.

وقد بدأ الحوار فى هذا الجانب بطرح السؤال الآتى، **فيه برنامج ماشى اليومين دول عن دعوة الناس لتنظيم الأسرة وتقليل الخلفة: يا ترى إيه رأيك فى الموضوع دة؟** وتظهر استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل طبيعة الفجوة الواسعة بين ما يروج عبر وسائل الإعلام المختلفة وبالذات التليفزيون والراديو عن موضوع تنظيم الأسرة، وبين موقف الأئمة من هذا الموضوع، والجدول رقم (٢٠) يكشف عن ذلك:

جدول رقم (٢٠)

(رأى الأئمة أفراد عينة البحث فى الدعوة لتنظيم الأسرة)

الــرأى	التكرار(*)	(٪)
كلام فاضى وفساد	٢١	١٦,٢٨
الأرزاق بيد الله	٣٣	٢٥,٥٨
التحديد حرام وضد الدين	٢٧	٢٠,٩٣
أوافق إذا كان هناك ضرورة طبية	٣٠	٢٣,٢٥
مخطط غربى هدام	١٥	١١,٦٣
موافق على التنظيم من الناحية الواقعية	٣	٢,٣٣
إجمالى	١٢٩	٪١٠٠

وتكشف البيانات عن الموقف العدائى البالغ للأئمة أفراد عينة البحث من الدعوة لتنظيم الأسرة. فهناك بداية (٣٣) مبحوثاً بنسبة (٢٥,٥٨٪) من إجمالى تكرارات الرأى فى تنظيم الأسرة ، ترى «أن الأرزاق بيد الله» وهى أيضًا حرام وضد الدين لدى (٢٧) مبحوثاً بنسبة (٢٠,٩٣٪) ، وكلام فاضى وفساد فى تصور (٢١) مبحوثاً بنسبة (١٦,٢٨٪) ، ومخطط غربى هدام موجه لضرب المسلمين لدى (١٥) مبحوثاً بنسبة (١١,٦٣٪) بعبارة أخرى هناك (٧٤,٤٢٪) من إجمالى المبحوثين يعارضون تماماً الدعوة لتنظيم الأسرة، ولا

(*) يزيد عدد التكرارات فى هذا الجدول عن عدد أفراد العينة لأن بعض المبحوث كان يبدى أحيانًا أكثر من رأى.

يؤمنون بهذا الموضوع، ولا يساندونه وموفقهم منه فى الممارسة العملية ، أما الصمت والإمتناع عن الحديث (أى عدم التعاون مع قنوات الإتصال الأخرى) أو التلميح بحرمانية هذا الموضوع وبالذات فى الدروس واللقاءات الخاصة.

ولم تتجاوز نسبة التأييد والموافقة الصريحة بين جماعة الأئمة أفراد عينة البحث للدعوة لتنظيم الأسرة (٢,٣٣٪) وربط (٣٠) مبحوثاً بنسبة (٢٣,٢٥٪) بين الموافقة على التنظيم والامتناع عن الخلفة بحالة وجود ضرورة طبية فقط يقررها طبيب ثقة. وفى إطار الدعوة العامة لتنظيم الأسرة، والتى تتحدث عن صعوبة الحياة وقلة الدخول وضعف الموارد.. إلخ . فإن هذه النسبة من الأفراد تعارض مثل هذه التوجهات، وبالتالى فهى فى التصنيف الأخير ضد فكرة التنظيم العامة التى تدعو إليها الدولة أو قنوات الإعلام الجماهيرى التى توجهها الحكومة. وخلاصة ما يمكن أن يقرره المرء فى هذا المجال وباطمئنان، أن هناك ما يقرب من (٩٧٪) من الأئمة يعارضون الدعوة العامة لتنظيم الأسرة ويعتبرون بذلك أحد المعوقات القوية لها سواء بالامتناع عن تأييدها أو بمناهضة الأفكار والمبادئ العامة التى تستند إليها خلال أدائهم الاتصالى الرسمى أو الطبيعى.

وإذا تجاوزنا الدعوة لتنظيم الأسرة، إلى قضية التطرف والإرهاب الرائجة فى المجتمع فى الوقت الراهن، والتى يكثر الحديث حولها سواء من خلال تصريحات المسئولين أو أجهزة الإعلام، فإننا نجد موقفا للأئمة لا يعكس فى جانبه الأكبر التوجهات الرسمية حيال هذا الموضوع، فقد مال الجانب الأكبر من المبحوثين إلى إلقاء اللوم على أجهزة الإعلام، والمسئولين، وعدم تطبيق الشريعة إلى غيرها من التبريرات التى تفسر أسباب انتشار التطرف وعمليات الإرهاب فى المجتمع المصرى. وقد تحددت صيغة السؤال فى هذا الجانب على النحو التالى:

تزايد فى الأونة الأخيرة، الحديث عن التطرف والمتطرفين قولى تصورك الشخصى للموضوع ده بصراحة؟ ويكشف الجدول رقم (٢١) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل.

وواضح من البيانات أن الجانب الأكبر من تصورات المبحوثين أفراد عينة البحث تميل إلى تبرير التطرف واختلاق الأعذار للمتطرفين، فباستثناء الحديث عن سماحة الإسلام ومعارضته لترويع الآمنين، والحاجة إلى الحوار مع المتطرفين بالحسنى ، والذى لم يتجاوز نسبة (١٩,٤٥٪) من إجمالى تصورات

جدول رقم (٢١)

رأى الأئمة فى موضوع التطرف والمتطرفين

الــرأى	التكــرار	(٪)
الإسلام دين سماحة وضد ترويع الآمنين	١٢	١١,١٢
ليس هناك تطرف والإعلام هو السبب	٩	٨,٣٣
السبب هو البطالة وفراغ الشباب	١٥	١٣,٨٩
الكثير ممن يطلق عليهم متطرفون مخلصون للدعوة	٩	٨,٣٣
يجب الحوار معهم بالحسنى	٩	٨,٣٣
المجتمع المصرى كله يسلك سلوك التطرف	٦	٥,٥٥
يجب تطبيق الشريعة وأن يتقى أولو الأمر الله	١٨	١٦,٦٧
لا يوجد تطرف واحد وهذه شائعات وافدة	٩	٨,٣٣
السبب أعداء الإسلام واستشراء الفساد	٢١	١٩,٤٥
إجمالى	١٠٨	٪١٠٠

المبحـوثين لموضوع التطرف، وهى التصـورات التى تقترب من الرؤى الرسمـية للموضوع، فـإن بقية التصورات ، ترى أن السـبب فى التطرف يعود إلى أعداء الإسـلامى واسـتشـراء الفسـاد (١٩,٤٥٪) ، وإلى عـدم تطبـيق الشـريعـة الإسـلامية، أو مـراعاة أولو الأمر لضـمائرهم (١٦,٦٧٪) ، وبسبب البطالة، وعـدم وجـود فرص عـمل للشبـاب (١٣,٨٩٪) وإلقـاء اللوم على الإعـلام (٨,٣٣٪) ثم إن الكثـيرين ممن يطلق علـيهم «مـتطرفون» مـخلصون للدعـوة (٨,٣٣٪)، وأنه لا يوجـد فى الواقع تطرف وأن ذلك شـائعـات وافـدة، لأن الإسلام ليس فيه تطرف (٨,٣٣٪) وأخيرًا، إن سلوك المجتمع المصرى كله فى الوقت الراهن سلوك متطرف بسبب عدم الالتزام بالقيم الإسلامية الأصلية .

ويـبـدو واضحـاً من هذه البيـانات عدم تأثر جـماعـة المبحـوثين بالحـملات الإعلامية القومية فى هذا المجال، ربما كما أوضحنا بفعل ضعف درجة ارتباطهم بوسائل الإعلام الجـماهيرى، وسيادة تـصورات لدى جماعة الأئمـة، المفترض أنهم يعملون مع جهاز الدولة، لا تختلف كثيراً عما يوجد من تصورات وتبريرات لدى الجمـاعات الدينيـة الأخرى المناهضـة للحكومة، فـالمجتمع كلـه متطرف، والإعلام هو السـبب، وعلى المسئـولين أن يتقـوا الله ، ولا يوجد تطـرف وكلها

شائعات، والفساد وأعداء الإسلام إلى غيرها من التعبيرات التى تستخدمها الجماعات الدينية المعارضة للحكومة وللوضع القائم. وهو أمر يضفى المزيد من التأكيدات على عمق الفجوة بين قنوات الاتصال الجماهيرى، وأحدى قنوات الاتصال الشخصى التى يفترض أنها رسمية وتشرف عليها الدولة!! ولنا طبقا لذلك ، أن نفترض أن الفجوة سوف تتسع ويزداد عمقها فى حالة قنوات الاتصال الشخصى غير الرسمية أو الطبيعية، وهو أمر ينعكس سلبياً على الحملات الإعلامية القومية، ويضعف بصفة عامة من بناء الاتصال العام الراهن فى المجتمع المصرى.

وإزاء تلميحات المبحوثين فى الحوار معهم حول استشراء الفساد وانهيار القيم، وسوء الأخلاق كان من الطبيعى، ان نتجه للتعرف على تصوراتهم فى هذا المجال، وانصب اهتمام البحث هنا للوقوف على تصورات الأئمة لأسباب الفساد، والفئات الأكثر إفساداً فى المجتمع وتوجهنا بالسؤال الآتى للمبحوثين :

يزيد فى الآونة الأخيرة، الحديث عن الفساد والمفسدين وقلة الضمير والذمم الخربة. ومن واجب الدعوة مواجهة ذلك، يا ترى فى تصورك إيه السبب؟ ومن هم الأكثر فساداً فى المجتمع المصرى فى الوقت الراهن ؟ ويوضح الجدول رقم (٢٢) تصورات الأئمة أفراد عينة البحث لأسباب الفساد:

جدول رقم (٢٢)

تصور الأئمة لأسباب الفساد فى المجتمع

التصــــــــــور	التكرار *	(٪)
- الحالة المادية وغلاء المعيشة	١٨	١٣,٠٤
- بعد الناس عن الدين	٤٥	٣٢,٦١
- فساد المسئولين	١٥	١٠,٨٧
- سيطرة النزعة المادية وانعدام الضمير	١٢	٨,٦٩
- تشجيع وسائل الإعلام على الفساد	٩	٦,٥٦
- الفوارق الطبقية الواسعة	٩	٦,٣٥
- ضعف القانون وعدم احترامه	٦	٤,٣٥
- البطالة	١٨	١٣,٠٤
- التساهل مع المفسدين	٣	٢,١٧
- ضعف التنشئة الأسرية	٣	٢,١٧
إجمالى	١٣٨	٪١٠٠

يزيد عدد تكرارات هذا الجدول عن عدد العينة الأصلية لأن المبحوث كان يتاح له ابداء أكثر من تصور .

وتظهر بيانات الجدول، تأثير الثقافة الدينية على تصوات جماعة الأئمة أفراد عينة البحث إزاء موضوع الفساد، فاستشراء الفساد يعود فى المقام الأول إلى بعد الناس عن الدين وعدم تمثل قيم الإسلام الصحيحة بنسبة (٣٢,٦١٪) ويلى ذلك، تدهور الأحوال المادية وغلاء المعيشة وانتشار البطالة بنسبة (٢٦,٠٨٪)، ثم بسبب فساد المسئولين، بنسبة (١٠,٨٧٪) وسيطرة النزعة المادية وانعدام الضمير بنسبة (٨,٦٩٪)، وتشجيع وسائل الأعلام للفساد واتساع الفوارق الطبقية بنسبة (٦,٥٣٪) لكل منهما، وبسبب ضعف القانون وعدم احترامه بنسبة (٤,٣٥٪)، وأخيراً نتيجة التساهل مع المفسدين، وضعف التنشئة الأسرية بنسبة (٢,١٧٪) لكل منهما.

وحول الفئات الأكثر فساداً أو إفساداً فى المجتمع، مال الجانب الأكبر من المبحوثين، للإشارة إلى الأغنياء وكبار المسئولين. ويوضح الجدول رقم (٢٣) هذه الحقيقة :

جدول رقم (٢٣)

(تصور الأئمة للفئات الأكثر إفساداً فى المجتمع)

التصور	التكـــرار	(٪)
صغار الموظفين والشباب	١٥	١٣,٨٩
كبار المسئولين	٦٠	٥٥,٥٥
الجميع الصغيروالكبير	٣٠	٢٧,٧٨
النساء	٣	٧,٧٨
إجمـــــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتشير البيانات، أن (٦٠) مبحوثاً بنسبة (٥٥,٥٥٪) ترى أن المسئولين والكبار هم الأكثر إفساداً فى المجتمع، وأن فى صلاحهم صلاح الرعية، وفى فسادهم فساد الرعية، ويلى ذلك الإحساس بأن الفساد قد استشرى وطال جميع الفئات الكبيرة والصغيرة (٣٠) مبحوثاً بنسبة (٢٧,٧٨٪) ثم صغار الموظفين والشباب بنسبة (١٣,٨٩٪)، وعلى أساس أن الفساد لا يتوقف فقط على الفساد المادى ونهب المال العام والرشوة.. إلخ ولكن أيضاً الفساد الخلقى

والإنحلال، وأخيراً، النساء فهن وراء كل بلاء وفساد على حد تعبير بعض المبحوثين.

ويظهر تعميق الحوار مع جماعة المبحوثين حول موقفهم العملى إزاء الفساد والمفسدين، ومدى تصديهم لهذا الموضوع باعتبار أن ذلك من مهام رجال الدعوة، عن ميل الغالبية العظمى منهم لتأكيد قدرتهم على كشف الفساد ومحاربته، ولكن ما يحد من قدرتهم فى هذا المجال، هو الرهبة من المسئولين. والمباحث، وعدم حماية الدولة لهم إذا ما تصدوا لكبار المفسدين فى المناطق التى يعملون بها. ومع ذلك، فإن بيانات الملاحظة المباشرة ونتائج الحوارات الجماعية فى هذا الجانب، تشير إلى تركيز تصدى هؤلاء الأفراد فى الواقع الفعلى على الفساد الخلقى، وسيطرة هذا الفهم للفساد فى أحاديثهم وخطبهم والدروس اليومية لهم وغيبة التصدى للفساد الإدارى أو الاقتصادى.

وقد اتجه البحث بعد ذلك مباشرة، للتعرف على موقف الأئمة إزاء الجماعات الدينية الأخرى التى تعمل فى مجال الدعوة، وسعى البحث هنا للكشف عن تصور الأئمة لمدى إخلاص هذه الجماعات للدعوة، ودرجة كفاءتهم فيها، والأساليب التى يستخدسونها فى الدعوة وتعبئة الأفراد وعلاقة الأئمة بهم فى الواقع الفعلى.

وتظهر نتائج الحوار حول رأى الأئمة أفراد عينة البحث فى مدى إخلاص هذه الجماعات للدعوة، الاتجاهات الإيجابية العامة التى تسود لدى الأئمة تجاه هذه الجماعات بصفة عامة، ويكشف الجدول رقم(٢٤) نتائج الحوار فى هذا الجانب.

جدول رقم (٢٤)
(تصور الأئمة لمدى إخلاص الجماعات الدينية للدعوة)

التصـــور	التكرار	(٪)
فيهم المخلص وفيهم غير المخلص	٣٦	٣٣,٣٣
مجاهدون ومخلصون للدعوة	٣٩	٣٦,١١
فيهم من يدعو إلى الله بالحسنى وفيهم المتعصب	١٢	١١,١١
الدعوة لها رجالها المتخصصون	٦	٥,٥٦
ليسوا مخلصين .	٩	٨,٣٣
الله أعلم بالنوايا	٦	٥,٥٦
إجمالى	١٠٨	٪١٠٠

وتظهـر بيانات الجـدول، أن الاتجاه العـام يميل للنظر إلى «الإخـوة» الذين يعـملون فى مجـال الدعوة خـارج نطاق وزارة الأوقاف، والذين يطلق عليـهم الجماعات الدينية، باعـتبارهم مجاهدين ومخلصين للدعوة (٣٩) مـبحوثاً بنسبة (٣٦,١١٪)، ويفيـد أن نعرض لبـعض الاستـجابات اللفظيـة التى وردت على لسان المبحوثين فى هذا الشـأن: «يدعون إلى الله من صميم قلوبهم ليس رياءاً، غرضـهم وصل الناس بالحقـيقة، هؤلاء أخلص من الإمـام لأنهم لا يتقـاضون أجراً، هم يحبون الدعوة من داخل قلوبهم وأذا جلست مـعهم واستمعت منهم للقرآن لبكيت من شدة حـبهم للقرآن وقراءتهم بخشـوع، إنهم أهل الخير كلهم وبلا اسـتثـناء، لا نتجنـى على أحد ونظن بـالجمـيع الخـير، إلى غـيـرها من الاستجابات التى تشير إلى المواقف الإيجابية لهؤلاء الأفراد حيال الجماعات الدينية.

وبجانب هذه التـصورات الإيجابية، تجـاه الجماعات الدينية تـوجد تصورات أكثـر اعـتدالاً، حـيث يرى (٣٦) مـبـحوثاً بـنسبـة (٣٣,٣٣٪) مـن إجمـالى المبحـوثين، «أن فيهم المخلص وفـيهم غيـر المخلص، والله لا أستطيع أن أنفى عنهم الإخلاص، ولكن بـعضهم ليس على دراية كـاملة بالدين، أظن أن هناك من بين هؤلاء من يخلص للدعـوة، ومتطوع لها، وهناك البعض الآخـر يخفى وراءه أهدافـاً لا تمت لـلدين بصلة، مـدى الإخـلاص لا يـتـجـاوز ٣٠٪، هم مـخلصـون ولكن لا يعـرفـون الطريق الصـحـيح للدعـوة»، إلى غـيـرها من الاستـجابات التى لا تنـفى الإخلاص فى الدعوة عـلى هذه الجماعـات، ولكن يوجـد بعض التـحـفظ على أسـاليب الأداء. وأشـار (١٢) مـبـحـوثاً بنسـبـة (١١,١١٪) إلى أن منهم من يدعو إلى الله بالحسـنى، ومنهم المتعصب للرأى. وهذا خطأ، وضد الإسلام. ولم تـتجاوز نسبة المواقف التى يمكـن أن نصنفها علـى أنها عدائية أو شبـه عدائية تجاه هذه الجـماعات (١٣,٨٩٪)، حيث يسود التصور بـأن للدعوة رجالها المتـخصصين، أو أن هذه الجـماعات غير مـخلصة للـدعوة. ومـالت نسبـة لم تتجـاوز (٥,٥٦٪) إلى اتخاذ مـوقف حيـادى من الموضـوع وامتنـعت عن إبداء رأيها، وأبـدت استـجـابة تنم عن هذا «الله أعلم بالنوايا».

ولا تخـتلف نتـائج الحـوار مع المبـحوثيـن حول تصـوراتهم لكفـاءة أفـراد الجمـاعات الدينيـة الأخرى فى الدعـوة، عن نتائج الحوار مـعهم حـول درجة إخلاص هؤلاء الأفراد لها. ويوضح الجدول رقم (٢٥) هذه الحقيقة :

جدول رقم (٢٥)

(تصور الأئمة لمدى كفاءة الجماعات الدينية فى الدعوة)

التصور	التكـــرار	(٪)
- فيهم المجتهد وفيهم الجاهل بها	٣٣	٣٠,٥٦
- حسب الضمير وحبه للدين	٩	٨,٣٣
- كفاءة قوية	٣٦	٣٣,٣٣
- كفاءة محدودة	٣٠	٢٧,٧٨
إجمــــــالى	١٠٨	٪١٠٠

وتظهـر البـيانات، أن الجـانب الأكـبـر من المبحـوثين، يرى أن أفـراد هذه الجماعات يتمتعون بكفـاءة قوية فى الدعوة (٣٦) مبحوثاً بنسبة (٣٣,٣٣٪) فى حين يرى (٣٣) مبحوثاً بنسبة (٣٠,٥٦٪) أن فيهم المجتهد والكفء، والجاهل بأمـور الدين، ولم تتجـاوز نسـبة من أشـار إلى أن كفـاءتهم محـدودة (٣٠) مـبحـوثين بنسـبة (٢٧,٧٨٪) من إجمـالى المبحـوثين البالغ عـددهم (١٠٨) مبـحوثين. ومـالت نسبـة وصلت إلى (٨,٣٣٪) إلى ترديد اسـتجـابات أكثـر حيادية: «حسب الضمير وحبه للدين».

وحول أساليـبـهم فى الدعوة، أظهرت بيانات الاستجـابات اللفظية، وكذلك المناقشـات الجماعيـة، عن سيادة اتجـاه عام يميز بين نـوعيات مخـتلفة من هذه الجمـاعات، مـجمـوعة أنصـار السنة، وتهتم بالأمـور الفقـهية، فـى حين أن «الإخوان المسلمـون» يهتمـون بالحديث فى السياسـة وشئون الحكم والفـساد، وفى حين يتجه أنصار السنة والإخوان المسلمون للدعـوة للتغيير بالحسنى، يتجه أعضاء جـماعة الجهاد إلـى التشدد والتركيـز على ضرورة التغيـير بالقوة. ومع ذلك، يسود اتجـاه عام لدى الأئمة أفراد عينـة البحث، يرى أن الفرصة مـتاحة بشكل أفضل أمام هذه الجمـاعات لممارسة الدعوة، فهم يقسـمون أنفسهم ناس للذكر، وناس للدروس، ومرشد يلف ويجند، كمـا أنهم يعتمدون على مدخل الترغـيب والترهيب، ويدخلون البيـوت ويتنقلون فى الحقول ومـواقع العمل، يقـدمون الخـدمات، والتـبـرعات، والمسـاعـدات، ويشاركـون الناس فى حل مشكلاتهم وفى أحزانهم وأفـراحهم فى حين أن الأئمة مقـيدون داخل جدران

المساجد من العصر وحتى العشاء، لا يأتى إليهم أحد رغم أنها من أفضل الفترات للخروج إلى الناس والالتقاء بهم. وإذا حاول الإمام ترك المسجد والخروج، فإنه يعاقب أو يوقع عليه الجزاء، كما سبق أن أشرنا.

وأياً كان الأمر حول مدى كفاءة أفراد الجماعات الدينية أو أساليبهم المتبعة فى الدعوة، فقد كان من المفيد بحث علاقة الأئمة أفراد عينة البحث بأعضاء هذه الجماعات، ويوضح الجدول رقم (٢٦) نتائج الحوار فى هذا الجانب.

جدول رقم (٢٦)
(علاقة الأئمة بأفراد الجماعات الدينية المختلفة)

طبيعة العلاقة	التكرار	(٪)
علاقة طيبة	٤٢	٣٨,٨٩
علاقة عادية	١٥	١٣,٨٩
علاقة محدودة أو ضعيفة	٢١	١٩,٤٤
لا توجد علاقة ألبتة	٣٠	٢٧,٧٨
إجمالى	١٠٨	٪١٠٠

وتظهر البينات أن هناك (٤٢) مبحوثاً بنسبة (٣٨,٨٩٪) لديه علاقة طيبة مع أفراد الجماعات الدينية: «علاقة طيبة لأنهم أهل إصلاح، علاقة حسنة لأنهم إخوة فى الدين، علاقتى طيبة بمن أثق فى علمه منهم». و(١٥) مبحوثاً بنسبة (١٣,٨٩٪) علاقته عادية، فى حين أن هناك (٥١) مبحوثاً بنسبة (٤٧,٢٢٪) إما علاقته محدودة أو ضعيفة أو لا توجد علاقة البتة مع هؤلاء الأفراد، ويعود السبب الأساسى هنا ليس إلى موقف عدائى من قبل الأئمة تجاه أفراد هذه الجماعات، ولكن لأن أفراد هذه الجماعات غير مقتنعين أصلاً بالأوقاف أو رجالها، ويتخذون موقفاً غير إيجابى منهم باعتبارهم رجال الدولة ولا يقولون الحق. وتلاحظ وجود بعض الفروق بين منطقة مركز بنى مزار فى المنيا، ومنطقة البحث الرئيسية فى الزقازيق من حيث علاقة الأئمة بأفراد الجماعات الدينية، حيث تلاحظ امتداد ا لعلاقة فى المنيا لتجاوز التعاون والعلاقة الطيبة إلى التساهل مع أفراد هذه الجماعات لاستخدام المساجد التابعة لوزارة الأوقاف

وبالذات لأفـراد جمـاعـة ا لتبليغ والـدعوة أو أنصـار السنة فى مـجال الدعـوة والالتقاء برواد المساجد.

وتكشف البيـانات السابقة حـول موقف الأئمة من أفـراد الجماعـات الدينية الأخرى، عن وضع بالغ التناقض والغـرابة، دولة ممثلة فى وزارة الأوقاف تبنى سياستها على أساس الإشراف على المساجد وسد ساحاتها أمام الجماعات الدينية المناهضة من خلال تعين أئمة تابعين لهـا يستعان بهم لمناهضة الأفكار التى تروج لها هذه الجـماعات، وأئمـة يعانون من مشاكل جـمة، ويسود لديهم اتجـاه عام غالب ينظر لهذه الجـماعات نظرة إيجابية، ويؤمن بإخـلاص وصدق أفرادها فى الدعوة وكـفاءتهم فى القـيام بها، ويتـعامل الأئمـة معهم علـى أنهم إخوة فى الإسلام، أكثر من أى شئ آخر، وهو وضع يتطلب المزيد من الدراسة والتحليل للتعرف على أبعاده ونتائجه فى الواقع وكيفية التصرف إزاءه.

وكان من الطبـيعى أن نخـتتم الحوار مـع جماعـة المبحوثيـن بطرح السؤال الآتى، **هل أنت مقتنـع بمهمتك ومقبل عليـها أم تشعر أنهـا وظيفة وتكليف فقط؟** وتعكس الإجابات اللفظية على هذا التسـاؤل حقيقة الروح، التى يعمل بها الأئمة فى مجال الدعوة.

وتظهر بيانات الجدول رقـم (٢٧) أن (٥٧) مبحوثاً بنسبة (٥٢,٧٨٪) عبروا عن اقتناعهم بمهمتهم فى مـجال الدعوة، ربما من قبيل الدفاع الذاتى عن المكانة أو شرعـية وجودهم إزاء مـا تكشف عن ضعف موقـفهم وما يوجـه إليهم من اتهامات بأنهم رجال الدولة وموظفون ويفيـد أن نعرض بعض التعبيرات لهؤلاء الأفراد فى هذا المجـال: «هى رسالة أولاً وأخيـراً، ولا يهمنا ما يحـدث حولنا من بعض المسئـولين ولا حاجة للتـوضيح أكثر من ذلك، هى شـرف للمرء فى المقام الأول، رسالة الأنبـياء والمرسلين، الحمد لله الذى وفقنى لخدمـة رسالته»

جدول رقم (٢٧)
(رؤية الأئمة لدورهم فى مجال الدعوة)

الـرؤيـــــة	التكـــرار	(٪)
مقتنع بمهمتى ومقبل عليها	٥٧	٥٢,٧٨
أشعر أنها وظيفة وتكليف	٥١	٤٧,٢٢
إجمـــــالى	١٠٨	١٠٠٪

إلى غيـرها من التعبيـرات التى تنحو إلى المثاليـة والتغيير عن حب الإسلام أو التشبه بالمرسلين.

ومع ذلك، فهناك ما يكاد يقـترب من نصف المبحوثين (٥١) مبحـوثاً بنسبة (٤٧,٢٢٪) غير مقتنعين بمهمتهم ويشعرون أنها وظيفة وتكليف ويعملون بصفة عامـة بروح منهـارة تقريبـاً وتكشف استـجاباتهم عن هذا المعنـى: «أشعر أنـها وظيفة، أشـعر أنها روتين، فى الحقيقـة أنا غير مقتنع بها، أجـبرنا على العمل بها، إزاى يضعوا غير المؤهل فى مهمة عظيمة كهذه، يتابنى التردد أحياناً وأريد البعد عنها، علىّ حجر عقلى مفروض من الوزارة بإلزامى بالخطب والدروس، كل يوم تأتى قرارات من الوزارة تقيـدنا. أنا مقيد بقيـود من حديد ولا أستطيع الفكاك منها، أنا لست إمام وخطيب وإنما لسان للمـسئولين أتكلم عنهم، أشعر أننى أعمل عندهم ولا أعمل لوجـه الله»، وهى كلها تعبيرات تشـير إلى الحالة المعنوية المتـردية التى يعـمل فى إطارها عـدد غـير قليل مـن رجال الدعـوة فى الوقت الراهن.

وفى النهاية، قدم المبحـوثون، عدة مقترحات لتحـسين أساليب الدعوة، رداً على تساؤلنا: **يا ترى إيه مقترحاتك لتحسين أساليب الدعوة وأوضاع أئمة المساجد؟** وقد دارت هذه المقترحات حول:

- العـمل على تحـسين الوضع المـادى للإمـام بزيادة المكافـآت وبدل الاطلاع والزى، وإعطاء مبلـغ من المال لمساعدة غـير المتزوجـين منهم على الزواج، ومراعاة العدالة فى توزيع هذه المكافآت، وتوفير مسكن لمن لا يوجد مسكن له.
- حرية اختيار الإمام للموضوعات، وعدم إلزامه بموضوعات معينة، ويمكن أن يحـدد له الإطار العـام، وله حـرية الحـركـة داخل هذا الإطار دون إلزامـه بالحديث عن موضوع معين فى توقيت محدد.
- العمل على تحسين صورة الإمام فى وسـائل الإعلام ولدى المسئولين فى كافة قطاعات الدولة واحترامه، وتلبية مطالبه.
- إعداد الأئمة إعداداً جيداً فى مراحل التـعليم المختلفة، وعقد دورات تدريبية تخصصية كل سنتين للأئمة لرفع مستوى الأداء باستمرار.

- التدقيق فى اختيار الأئمة، واقتصار التعيين على من تتوافر لديه الرغبة للعمل فى هذا المجال دون إجبار أو تكليف.
- الحرص على تعيين الأئمة فى الأماكن القريبة لمحل إقامتهم حيث يحدث الاحتكاك والاتصال بينهم وبين الناس بطريقة أفضل.
- عدم تقييد الإمام فى مكان واحد وهو المسجد، وأن ينتقل إلى أماكن التجمعات، وإلى الناس فى النوادى والمدارس والحقول لتبليغ الدعوة والاحتكاك بالشباب دون الجلوس فى المسجد انتظاراً لحضور الناس إليه.
- العمل على تحسين العلاقة بين الأئمة والمفتش الدينى ووضع ضوابط محكمة لهذه العلاقة، بعيداً عن الفرض والتهديد وتوقيع الجزاءات.
- التفكير بجدية فى إنشاء نقابة للأئمة لرعايتهم والدفاع عن حقوقهم ومصالحهم وتوصيل مطالبهم للمسئولين.
- الاهتمام بمكتبة الإمام، وتزويده باستمرار بالكتب والمؤلفات والمراجع الحديثة، وفى المناحى المختلفة والسماح له بالاستعارة من المكتبات العامة، وكذا تزويده بالصحف والمجلات العامة والمتخصصة دورياً وبالمجان حتى يكون على بصيرة بكل ما يدور حوله من متغيرات.

الفصل السابع
حصاد النتائج والتثبت من الفروض

حاول هذا العمل بحث وتقييم أداء إحدى قنوات الاتصال الشخصى ممثلة فى نموذج أئمة المساجد، وبيان المقدرة التأثيرة لهؤلاء الأفراد فى الواقع الفعلي ووضعهم فى بناء الاتصال الراهن فى المجتمع المصرى بصفة عامة، وقد بدأ البحث أول خطواته العلمية فى هذا المجال بصياغة مشكلة البحث وطرح تساؤلاتها، وبلورة مجموعة من الفروض، يسعى البحث الميدانى للتحقق منها، وتحديد الأساليب والوسائل المنهجية التى جرى استخدامها لتحقيق أهداف البحث والتثبت من الفروض المطروحة.

وقبل العمل الميدانى، وعلى امتداد أربعة فصول، جرى لتأصيل النظرى لموضوع البحث، حيث جرت مناقشة عامة لمفهوم بناء الاتصال، ولمكوناته، والتفاعلات بين مكونات بناء الاتصال فى المجتمع المعاصر، وتحولت المناقشة بعد ذلك من العام إلي الخاص، حيث تناولت المناقشة طبيعة قنوات الاتصال الشخصى وخصائصها ومؤثرات تدفق المعلومات عبر الشبكة الشخصية، وانتقل البحث بعد ذلك، لمناقشة مفهوم «المؤثرون» وبيان الملامح العامة لهؤلاء الأفراد، والأساليب المنهجية المستخدمة فى تحديدهم واكتشافهم فى الواقع الفعلى، ثم تطرقت المناقشة بعد ذلك إلى جماعة الأئمة أنفسهم باعتبارهم نموذجاً من نماذج الشخصيات المؤثرة فى المجتمع بفضل ما يتمتعون به من مكانة دينية واجتماعية، وانصبت المناقشة هنا لبيان طبيعة هذا النموذج التأثيرى لهذه الشخصيات فى الوقت الراهن. وعلى ضوء أهداف البحث، وما يطرحه موضوع الدراسة من تساؤلات أو فروض، ومن خلال العمل الميدانى المباشر خلص البحث إلى الحقائق التالية :

١- تدهور المكانة الاجتماعية والأحوال الاقتصادية للأئمة أفراد عينة البحث. وفى هذا الإطار، أظهرت بيانات السن، أن الجانب الأكبر من أئمة المساجد يتميز بصفة عامة بالحداثة وصغر السن. وبالتالى محدودية الخبرة، ولم تتجاوز نسبة كبار السن من الأئمة العاملين فى المساجد (٥٠ سنة) فأكثر وحيث يفترض توافر الخبرة والمكانة (٤٪) من إجمالى عينة البحث. وكان ذلك بفعل

انتقال الأئمة من كبار السن للعمل الإشرافى أو التوجيهى طبقاً للتدرج الإدارى أو الوظيفى بوزارة الأوقاف، وسياسة التوسع فى التعينات الجديدة بغية تغطية العدد الأكبر من المساجد بالأئمة التابعين للوزارة، وعدم ترك ساحات هذه المساجد للجماعات الدينية المناهضة.

كما أظهرت البيانات عدم التأهيل الجيد للأئمة للعمل فى مجال الدعوة، فهناك (٦٥,٧٤٪) من إجمالى الأئمة أفراد عينة البحث حاصلون على مؤهل دراسى ليسانس أصول الدين (عام) أى من غير قسم الدعوة المختص بإعداد وتأهيل الدعاة، و(٨,٣٣٪) حاصلون على ليسانس دراسات إسلامية، فى حين لم يتجاوز عدد أفراد العينة من خريجى أقسام الدعوة (٢٨) مبحوثاً بنسبة (٢٥,٩٣٪) فقط، وكان لذلك انعكاساته السلبية على الكفاءة الاتصالية أو القدرات التأثيرية للأئمة. كذلك أظهرت بيانات مهنة الأب، أن غالبية آباء أئمة المساجد يمتهن أو كان يمتهن أعمال الفلاحة (مزارع) بنسبة (٦٨,٣٪) والأعمال الحرفية مثل الجزارة أو البناء، ثم الوظائف الحكومية العادية، (كاتب صحة، مدرس.. إلخ) والوظائف الخدمية مثل الحراسة، خدمة المساجد، ولم يظهر أبداً من بين أفراد عينة البحث من يحتل أو كان والده يحتل مركزاً إدارياً أو وظيفياً مرسوقاً، أو حيازة زراعية أو عقارية أو مشروعات تجارية أو صناعية لافتة للنظر أو توحب بغنى أو تميز اجتماعى أو اقتصادى، وإنما كان من الواضح أننا أمام مجموعة من المبحوثين ينحدرون من أصول اجتماعية عادية أو متواضعة، ومع ذلك، وعلى خلاف العادة، وحيث يؤدى تواضع المكانة الاجتماعية الاقتصادية، إلى ضعف الهيبة أو النفوذ، فإن تواضع المكانة الاجتماعية للأئمة لا يسبب، على ما يبدو فى الواقع أية حساسيات أو مشاكل نفسية حيث يسود لدى الأئمة الاقتناع بأن مكانتهم لدى الآخرين مستمدة أساساً من مكانتهم الدينية ووقار مظهرهم العام وحملهم للقرآن قبل أى شئ آخر.

ومع أن الغالبية العظمى من الأئمة (٦٩,٤٤٪) متزوجون، إلا أن هناك (٣٠,٥٦٪) منهم غير قادر على الزواج ويشكل لهم ذلك ضغطاً نفسياً شديداً، لما يمثله من تناقض بين ما يؤمنون به من أهمية الزواج المبكر، والنظر إليه باعتباره «نصف الدين» وبين عجزهم التام أمام الآخرين عن تحقيق هذا الشرط، هذا الصراع النفسى، ينعكس فيما بعد على السلوك العام لهؤلاء الأفراد، حيث يدفع بهم للسعى إلى تحقيق الزواج بكافة السبل من خلال امتهان أعمال أخرى

غير أعمـال الإمامة، وتصبح هذه الأعمال فى أحيان كـثيرة هى الأساس، وكل الولاء لها، وهو أمر يضعف من المكانة الفعليـة للأئمة. وأظهرت بيانات الإعالة الارتفاع النسبى الكـبير فى حجم الإعالة لجـماعة المبحوثين سـواء المتزوجون أم غيـر المتزوجين، وهو الأمـر الذى يجعلهم من أكثـر الناس شكوى أو إحســاساً بالغبن، وضغوط الحياة المادية وخصوصاً مع انـخفاض المرتبات التى يتقاضونها. وعلى مسـتوى الاستجابات اللفظية أكد (٣٦,١١٪) من إجمالى المبحوثين أنهم مضطرون إلى ممارسة أنشطة مهنية أخرى بخـلاف مهنة الإمامة لتحسين دخولهم ولمواجهة ضغوط الحـياة، فى حين نفى (٦٣,٨٩٪) ممارسـة أية أنشطة أخرى، وكان الدافع وراء هذا النفى إمـا الخوف من اكتـشاف الوزارة ذلك، أو الوضع تحت المراقبة من قـبل المفتش الدينى، أو تأكيد الغبن الواقـع عليهم، أو لانعدام الحيلة، وعدم وجـود فرصة عمل إضافيـة. وخلص البحث فى هذا المجال إلى تأكيد ممارسة الغالبية العظمى للأئمة لأنشطة إضـافية لتحسين دخولهم ومواجهة ضغـوط الحياة المتـزايدة التى يواجهونهـا. وقد انعكست الإمكانات الاقتـصادية والمعيشية المتردية لجماعة الأئمـة أيضاً فى انخفاض حيازتهم للعديد من الأجهزة والأدوات الكهربائية، فباستثنـاء الراديو والغسالة الكهربائية العادية التى وصلت نسـبـة حيـازتهـا إلى (٨٨,٨٦٪)، لم تتـجاوز مـعـدلات حـيازة التليـفـزيون (٥٨,٣٣٪) وأجـهزة التسـجيل (٤٧,٢٢٪)، والمروحة الكهـربائية (٢٧,٧٧٪) والثلاجة (٥٢,٥٧٪) والتليفون (٢,٧٧٪) والمعدات الزراعية (٥,٥٥٪) واختفت تماماً نسبة حيازة السيارات أو أجهزة الفيديو.

٢- أظهر البحث محدودية النشاط الاتصالى للأئمة أو تفاعلاتهم مع الأفراد فى المناطق التى يعملون بها وقد تبين ذلك بوضوح من المؤشرات التالية :

(أ) أن قطـاعاً غـير قليل من الأئمـة (٤١,١٦٪) تتراوح المسـافة بين مـحل إقامتـهم والمساجد التى يعملون بها بين (٣-١١) كـيلو متر، وهى مسافة كـبيرة نسـبيـاً، وتشيـر إلى إقامـة هؤلاء الأفراد خـارج حدود المنطقـة أو البلدة التى يعـملون بها، وبالـتالى تزايد فـرص الانعزال أو عـدم التـفاعل مع الأفـراد أو المشكلات القـائمة، وكانت الشكـوى، ودرجة الإحسـاس بالمهانة واضـحة فى الحوار من عـملية التنقل هذه : «يعنى أبقى إمـام ولابس جبـة وأركب عجلة، الواحد يلبس الزى ازاى وينحشر وسط الناس فى عربات النصف نقل، بنتبهدل فى المواصـلات وبنتـعرض للاسـتـهـزاء، ادخل يا عم الشـيخ، اخلى سكة يا

مولانا» إلى غيرها من التعبيرات التلقائية التى تشير إلى الصعوبات التى يلاقيها هؤلاء الأفراد خلال تنقلاتهم وشعورهم بالحاجة إلى المحافظة على كرامة ذيهم الدينى الذى يتعرض للسخرية والمهانة من جراء المعاناة من أزمة المواصلات والتنقل واستخدام المواصلات العامة، وعدم قدرتهم على تدبير مواصلات أكثر احتراماً وصيانة لكرامة الإمام وزيه بين الناس.

(ب) الجانب الأكبر من وقت الأئمة مخصص فى الأساس لتحضير الدروس، وبالذات خطبة الجمعة، وحفظ القرآن الكريم، وفى القراءة والاطلاع والتثقيف الذاتى فى كتب الفقه والتفسير، ويستغرق كل ذلك (٤٩,٥٩٪) من وقت الأئمة، ويلى ذلك السعى وراء لقمة العيش وأداء المصالح الحياتية بنسبة (٢٢,٥٩٪)، والجلوس بالمنزل مع الأسرة والأولاد بنسبة (١٠,٨٩٪). فى حين لم تتجاوز نسبة قيام الأئمة بزيارة الأصدقاء أو الأقارب، أو التنقل لحل مشكلات الناس، وهى معاً تعد مؤشرات مهمة على مكانة الإمام ودوره الاتصالى فى البيئة التى يوجد فيها (٢١,٧٨٪) من إجمالى وقت الأئمة. كما لم تتجاوز نسبة الوقت المستغرق فى التعرض لوسائل الإعلام، أو الجلوس فى المسجد (٣,٢٣٪) و(٢,٤٢٪) على الترتيب لكل منها. وخلص البحث فى ذلك إلى أننا أمام مجموعة من القائمين بالاتصال تقضى معظم وقتها إما فى المسجد لممارسة مهامها الرسمية أو فى الإعداد والتجهيز لممارسة هذه المهام فى البيت أو فى قضاء المصالح الخاصة، فى حين أن تفاعلاتهم وارتباطاتهم الاتصالية خارج نطاق المسجد تكاد تكون معدومة أو محدودة إلى حد كبير.

(حـ) يظهر الحوار مع الأئمة أفراد عينة البحث، أن العديد منهم إما ليس لديه تصور أو معرفة بوجود مشاكل أو خلافات بين الأفراد «مافيش خلافات والحمد لله» أو أن وعيه ودرجة إدراكه لهذه الخلافات تبدو سطحية ومحدودة إلى حد كبير، «مشاكل بسيطة وخلافات عادية ذى اللى بتحصل فى كل مكان»، ومع أن (٥٢) مبحوثاً بنسبة (٤٨,٢٥٪) تمكنوا من الإشارة إلى بعض الخلافات والمنازعات الأسرية مثل منازعات الميراث، الرى، والحدود والجيرة، الخلاف حول المسائل الفقهية، إلا أن تصوراتهم حول أسباب هذه الخلافات انحصرت فى الانحلال الخلقى والدينى والفراغ لدى الشباب والبطالة وعقوق الأبناء، وأن الأطفال والنساء وراء كل المصائب على حد قول البعض وأن الحل يكمن لدى غالبية هؤلاء الأفراد فى العودة إلى المنبع الأصلى وهو الإسلام،

ومن خلال حفظ القرآن والأحاديث النبوية، وهى تصورات وأحاديث لا تفرق بين السبب والنتيجة أو بين الشكلى والجوهرى، وانحصار الاهتمام فى الجانب الخلقى، بحيث أصبح هو الأساس لديهم وهو منحى، وإن كان مطلوباً، إلا أنه لم يعد يصادف هوى فى نفوس الأفراد أو على الأقل، لم يعد كافياً لفهم وتفسير ما تعانيه البيئة من مشكلات جوهرية، وبالذات مع تزايد الضغوط المادية وتعقد مشكلات الحياة اليومية التى يلاقيها الأفراد فى تدبير قوت يومهم، ولم يظهر بين جماعة المبحوثين، من ناقش أو أشار إلى سياسات الانفتاح أو الهجرة أو أثر برنامج الإصلاح الاقتصادى، وسياسات صندوق النقد، أو الضرائب، أو العدالة فى توزيع الدخول، أو محدودية الموارد أو ضعف النظام التعليمى أو الأداء الحزبى والمشاركة وغيرها من الجوانب التى تفسر أسباب تفشى المنازعات المادية بين الأفراد فى الوقت الراهن. وكانت تلميحاتنا خلال الحوار إلى مثل هذه الأمور تبدو وكأنها شئ غريب وجديد يسمع لأول مرة ولا دراية لجماعة المبحوثين به، وهو أمر كان من السهل تفسيره على ضوء طبيعة تأهيل وإعداد هؤلاء الأفراد وتركيز دراساتهم على العلوم الدينية وتجاهل أو محدودية دراستهم أو معارفهم بالجوانب الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية خلال دراساتهم الجامعية أو خلال عملية التثقيف الذاتى التى أظهر البحث أنها تأخذ طابعاً دينياً أيضاً.

وقد أظهر البحث تدخل الأئمة فى فض المنازعات والخلافات بين الأفراد (٥٠٪) كثيراً و(٣٨,٨٩٪) أحياناً و(١١,١١٪) نادراً، ومع ذلك، فقد انحصر هذا التدخل فى الخلافات الأسرية مثل الزواج، الطلاق، والميراث دون بقية أنواع المنازعات، كما أن اللجوء إلى الأئمة للاستعانة بالرأى أو الاستشارة ينحصر أيضاً فى المسائل الفقهية، أو مسائل توزيع الميراث، دون بقية الموضوعات الأخرى التعليمية أو القانونية أو الإدارية، وتبين بوضوح، أن فاعلية الإمام أو مصداقيته، حتى كقائد رأى فى الجوانب الدينية، تتوقف على قدر ثقافته الدينية وحركيته الاتصالية فى البيئة، فكلما كان أكثر نشاطاً واحتكاكاً بالآخرين، تزايد تدخله فى حل الخلافات أو الاستعانة برأيه، والعكس صحيح. فقد أدى انتشار التعليم، والميل العام لدى المصريين من مختلف الأعمار للحديث فى الأمور الدينية والتثقيف الذاتى، أن أصبح هناك الكثيرين ممن يستطيعون الإدلاء برأيهم فى المسائل الفقهية والدينية، وبالتالى لم يعد

الإمام هو الشخص الدينى الوحيد لاستطلاع رأيه فى هذه الأمور، ما لم يكن يتمتع بالحركية الاتصالية، وهو أمر سبق أن أشرنا إلى أن الإمام إما محصور داخل جدران المسجد أو المنزل أو مشغول فى تدبير شئون حياته اليومية الخاصة.

٣- أظهر البحث، أن الجانب الأكبر من المبحوثين، يرى أن مكانة رجل الدين مكانة قوية جداً (٤٥) مبحوثاً بنسبة (٤١,٦٧٪)، وهى قوية فقط لدى (١٨) مبحوثاً بنسبة (١٦,٦٧٪) ومع ذلك فقد وصف (٤٥) مبحوثاً بنسبة (٤١,٦٥٪) هذه المكانة بأنها عادية أو ضعيفة، وتحدد السبب الأساسى وراء تصور المبحوثين للمكانة القوية لرجل الدين للعامل الدينى وتؤكد استجاباتهم هذا المعنى «مقامه من مقام النبى، طبيعة الناس تحب الدين وأصحاب الدين، لأن عادة الأرياف احترام رجل الدين، لأنه يرتدى الزي الدينى، لأنه قائد فى الصلاة، والخطابة»، إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى تصور للمكانة مستمد أساساً من احترام الآخرين للدين ورجاله، وباعتبارهم الأقدر على بيان رأى الدين فى المسائل المختلفة بصرف النظر عن أية اعتبارات أخرى ذاتية أو موضوعية تتعلق بشخوص الأئمة أو مكانتهم الاجتماعية أو الاقتصادية. وخلص البحث فى هذا المجال إلى أن تراجع الوازع الدينى لدى أفراد المجتمع، بفعل الضغوط المادية، والانشغال فى تدبير قوت الحياة اليومية، وكذا تراجع الثقافة الدينية للأئمة بفعل القصور فى عمليات التدريب والتأهيل، أضعف بشدة من مكانة الأئمة لدى الآخرين، وكان ذلك هو المصدر الرئيسى للانخفاض الملموس فى المكانة التى يحظى بها الأئمة لدى الآخرين فى الوقت الراهن.

وقد أظهرت تبريرات المبحوثين الذين أكدوا المكانة العادية أو الضعيفة لرجل الدين بين الناس صحة هذه الخلاصة، وتؤكد استجاباتهم هذا المعنى: «لأن الناس بالفعل فقدت الثقة برجل الدين، حيث لا يلتزم بمنهج الله، الإمام يلتزم بما يأتى إليه من الوزارة، وهى موضوعات لا تمت للدين بصلة، لأن الإمام أصبح الآن مرتبطاً بالمسجد ولا يعرف شيئاً سوى حفظ القرآن، والصلاة وبعض الأحاديث، عدم اهتمام الناس بالدين، الإعلام يشوه صورة رجل الدين، تعليم الإمام ضعيف يا أستاذ، العقبات الكثيرة والظلم الواقع على الأئمة، عدم اهتمام الأئمة بالرسالة السامية». إلى غيرها من التبريرات التى تشير إلى تراجع مكانة رجل الدين فى المجتمع المصرى فى الوقت الراهن، بسبب القيود وضعف التأهيل، وانصراف الناس عن الاهتمام بالأمور الدينية، والدور السلبى

لوسائل الإعلام. وإذا أمعنا النظر فى التبريرات المختلفة لمكانة رجل الدين سواء التى تشير إلى المكانة القوية أو الضعيفة فإننا نجد أنفسنا بصدد شخوص لديها إحساس عام بانخفاض مكانة رجل الدين، إذا ما نحينا جانباً تلك الاستجابات اللفظية الافتراضية أو النظرية التى تربط بين المكانة واحترام الناس للدين ورجاله فهذا الاحترام، وإن كان موجوداً وكامناً، إلا أنه، كما أشرنا، قد يتوارى أمام الضغوط المادية أو المعيشية للأفراد، أو المناخ العام الذى يسود المجتمع فى المرحلة الراهنة بصفة عامة.

٤- أظهر البحث التباين الواضح بين الفهم الرائج والمثالى لدى المبحوثين. لمهمة الإمام وبين ما يمارسونه فى الواقع الفعلى، بفعل الضغوط التى يتعرضون لها، كذلك، تباين تصوراتهم بين شمول مهمة الإمام ودوره الاجتماعى وبين انحصار هذه المهمة فى الدعوة إلى الله، فقد أوضح (٤٩,٥٧٪) من المبحوثين أن مهمة الإمام مهمة شاقة ورسالة سامية تمتد لتشمل جميع مناحى الحياة «كل أمور الدين والدنيا» على حد تعبير بعضهم، وعلى هذا الأساس فلدى هؤلاء الأفراد يقوم الإمام بتوعية الجماهير بأمور دينهم ومصاحبة الجماهير ومشاركتهم فى كافة مشاكلهم، فضلاً عن المساهمة فى فض الخلافات وإقامة المشاريع أو البحث عن حلول للمشاكل بالتعاون مع أهل الخير، وقد تبين بوضوح أن هذا الفهم المفترض لمهمة الإمام لدى هؤلاء الأفراد يختلف عما يحدث فى الواقع، إذ أن المطلوب رسمياً أو على حد تعبير بعض هؤلاء الأئمة أنفسهم هو إلقاء المحاضرات والدروس وخطبة الجمعة، وإمامة الناس فى الصلاة، والالتزام بالوجود فى المسجد من العصر حتى صلاة العشاء وعدم ترك المسجد خالياً.

وقد انعكست هذه التعليمات الرسمية فى استجابات البعض الآخر من الأئمة حول مهمة إمام المسجد حيث ردد (٢٩) مبحوثاً بنسبة (٢٦,٨٥٪) أن هذه المهمة تتلخص فى إلقاء الدروس بين المغرب والعشاء وخطبة الجمعة وإمامة الناس فى الصلاة، واتجه البعض الآخر إلى حصر مهمة الإمام ليس فقط فى بيان أمور الدين، وكشف محاولات أعداء الإسلام، ولكن أيضاً حث الآباء على رعاية أبنائهم وحضور الصلاة، وإظهار مكانة بيوت الله فى الأرض، وهو فهم لا يختلف كثيراً عن الفهم السابق الذى يحصر مهمة الإمام فى الالتزام بالتعليمات الرسمية، وهى الإمامة فى الصلاة، وإلقاء الدروس والخطب فى المواعيد الرسمية، والوجود بالمسجد فى الفترة ما بين العصر والعشاء، وهى

الفترة التى يفترض فيها المسئولون، أن الناس تتردد فيها أكثر على المساجد بعد فراغهم من أعمالهم، وبالتالى إغلاق المساجد أو عدم تركها خالية فى ساعات الذروة أمام أصحاب الاتجاهات المناوئة لاستخدامها فى تعبئة الأفراد ضد الحكومة.

٥- أظهر الحوار حول تصورات الأئمة لكيفية نجاح رجل الدين فى مهمته، عن ترديد عوامل تقع بالفعل خارج نطاق إمكانات الإمام الفعلية فهو ليس أمامه سوى حفظ القرآن والسنة والتفقه فى الدين، أما حديثهم عن القدوةالحسنة والتأهيل الجيد وكثرة الاطلاع، وإطلاق الحرية، ورفع يد وزارة الأوقاف، وتوفير الظروف والإمكانات، والحديث فى المشاكل المعاصرة، وتصحيح نظرة المجتمع، وبالذات وسائل الإعلام لرجل الدين، فهى كلها عوامل لا حيلة للأئمة أمامها، ويصعب عليهم تحقيقها أو التمسك بها لإتمام نجاحهم فى مجال الدعوة، وذلك على ضوء الضغوط المادية والحياتية، والرقابة الصارمة المفروضة على الأئمة، ومحاولات التشويه التى يتعرضون لها وبالذات من قبل وسائل الإعلام، وعدم القدرة على التأهيل أو الاطلاع الجيد أيضاً بفعل قلة الإمكانات، والحاجة إلى وجود إمام يعمل بمواصفات معينة، ويلتزم بالتعليمات كموظف أكثر من أى اعتبار آخر، وبالتالى فهو يركن عادة إلى الالتزام أو الانصياع على حد قول بعض المبحوثين للتعليمات، ويعمل بعقلية الموظف، ويؤدى دوره بهذه الصفة بصرف النظر عن أى اعتبار آخر، وقد انعكس كل ذلك، فيما ردده البعض فى المناقشات المفتوحة: «والله يا أستاذ الإمام مظلوم ومخنوق ومدغدغ ومحارب فى المهيات والعمل واللى بينافق هو اللى بيأخذ حوافز، وأنا غير متخصص والمفروض الإمام بيتكلم فى كل شئ ومش لاقى يشترى كتاب أو جريدة يقراها، وفاقد الشئ لا يعطيه، والتعليم انتشر، والناس أصبحت فاهمة والإمام مضغوط ومش عارف يعمل إيه؟ هو أنا عارف اشترى كتاب ولا عندى مكتبة».

٦- أظهرت البيانات، أن (٥٧) مبحوثاً بنسبة (٥٢,٧٨٪) فقط عبروا عن اقتناعهم بمهمتهم فى مجال الدعوة واعتزازهم بالعمل فى هذا المجال. وفى مقابل ذلك، كان هناك ما يقرب من نصف عدد المبحوثين (٥١) مبحوثاً بنسبة (٤٧,٢٢٪) غير مقتنع بمهمته، ويشعر أنها وظيفة وتكليف، ويعملون بصفة عامة بروح منهارة تقريباً، وتكشف استجاباتهم اللفظية عن هذه الروح: «أنها

وظيفة، أشعر أنها روتين، فى الحقيقة أنا غير مقتنع بها، أجبرت على العمل فى هذا المجال، إزاى يضعوا غير المؤهل فى مهمة عظيمة كهذه، يتتابنى التردد أحياناً وأريد البعد عنها، عليّ حجر عقلى مفروض من الوزارة بإلزامى بالخطب والدروس، كل يوم تأتى قرارات من الوزارة تقيدنى، أنا مقيد بقيود من حديد ولا أستطيع الفكاك منها، أنا لست إمام وخطيب وإنما لسان للمسئولين أتكلم عنهم، أشعر أننى أعمل عندهم ولا أعمل لوجه الله». وهى كلها استجابات تشير إلى وطأة الضغوط والحالة المعنوية المتردية التى يعمل فى إطارها الأئمة.

وتؤكد كل البيانات السابقة **صحة الفرض الأول للدراسة**، وفى إطارها يمكن القول بدرجة ثقة عالية:

تنخفض درجة تقدير الأئمة لذواتهم أو اعتزازهم بدورهم وللمكانة التى يحظون بها فى المجتمع، ويعمل غالبيتهم بروح منهارة وبعقلية الموظف أكثر من عقلية الإمامة.

٧- تكشف البيانات أن الجانب الأكبر من المبحوثين أفراد عينة البحث (٦٩) مبحوثاً بنسبة (٦٣,٨٩٪) تصف علاقة الإمام بالمفتش الدينى بأنها علاقة غير سوية، فهى إما متوترة (٤٢) مبحوثاً بنسبة (٣٨,٨٩٪) أو سيئة (٢٧) مبحوثاً بنسبة (٢٥٪)، وتحدث البعض فى ذلك عن أن المفتش لا يقدر مجهود الإمام ويتعمد إحراجه أمام الناس، ويأخذ برأى الأهالى ولا يأخذ برأى الإمام، كما أنه يتعالى على الإمام وينظر إليه على أنه أقل علماً، ويأتى عادة لاصطياد الأخطاء، ولكى يظهر أنه يعمل.. إلخ.

وكان الإحساس بسوء المعاملة من جانب المفتش الدينى والروح العدائية بينه وبين الأئمة بادية جداً فى حوارات هؤلاء المبحوثين، وأظهر البحث ثلاثة مصادر للتوتر وسوء العلاقة بين الإمام والمفتش الدينى وهى: قضية ارتداء الزى الرسمى، والوجود فى المسجد فى الفترة الزمنية المحددة من العصر حتى صلاة العشاء، والشكاوى ضد الإمام من الأهالى وحضور المفتش وتبنيه عادة لرأى الأهالى وليس الإمام، فضلاً عن الالتزام بما يرد من تعليمات بشأن موضوعات الدروس وخطبة الجمعة.

٨- أظهر البحث، التدخل الكبير لوزارة الأوقاف فى تحديد النشاط الاتصالى الرسمى للأئمة، فالجانب الأكبر من موضوعات الدروس والندوات اليومية، أو

خطبة الجمعة تأتى أساساً بتوجيهات من مديرية الأوقاف (٥٨,٥٤٪) للدروس و(٨٨,٨٩٪) لخطبة الجمعة، فى حين تتدنى إلى حد كبير نسبة إعداد الدروس اليومية وخطبة الجمعة اعتماداً على الاجتهاد الشخصى أو طلب الناس.

ويتعامل الأئمة مع هذه التعليمات على أنها قيود تحد من نشاطهم وتضعف من مصداقيتهم لدى الجماهير، وقد تحدث البعض فى ذلك عن الحرج البالغ الذى يشعرون به مع هذه التعليمات، فقد تأتى التعليمات بالحديث عن الانتماء لدى الشباب، ويكون هناك جريمة قتل فى المنطقة، أو نزاع بين بلدين أو حادث اغتصاب أو سرقة. . إلخ، والمفروض أن يتعامل الإمام سريعاً مع مثل هذه الأحداث، ومع ذلك لا يستطيع بفعل الرقابة الصارمة المفروضة عليه ليس فقط من قبل وزارة الأوقاف ولكن من قبل جهاز المباحث، وأدنى تجاوز أو خروج عما ورد من تعليمات على المنبر، يعنى توقيع الجزاء الذى قد يشمل إما وقف الصعود على المنبر أو النقل من جامع كبير إلى جامع صغير، أو حتى الضرب بعد انتهاء الصلاة وخلال عودته إلى المنزل، كما ذكر البعض ذلك، وهكذا يجد الإمام نفسه محصوراً بين طرفين توقعات الجماهير منه كقيادة دينية تعبر عن رأى الدين فى وقائع الحياة اليومية، وتوقعات المسئولين (وزارة الأوقاف ومباحث أمن الدولة، والمحليات) فى ضرورة التزامه بالتعليمات التى ترد إيه، ويؤدى هذا التشتت والتباين فى التوقعات إلى إحساس العديد من الأئمة بالعجز وعدم القدرة على الأداء أو التأثير فى الآخرين، وميل البعض الآخر إلى المراوغة ومحاولة الإفلات من التعليمات بالبحث عن صيغة توليفية كاستخدام أسلوب الرمز أو التورية فى الخطابة أو الحديث برؤى مختلفة بعيداً عن المسجد، وفى اللقاءات الخاصة.

وتؤكد البيانات السابقة صحة الفرض الثانى للدراسة والقائل : تتسم العلاقة بين أئمة المساجد ووزارة الأوقاف ممثلة فى المفتش الدينى بالشك والمراوغة وانعدام المصداقية والتوتر وأن ذلك يساعد على ازدواجية النشاط الاتصالى للأئمة والانفصال بين نشاطهم الاتصالى الرسمى ونشاطهم الاتصالى غير الرسمى.

٩- أظهر البحث، أن الجانب الأكبر من الأئمة أفراد عينة البحث (٧٥) مبحوثاً بنسبة (٦٩,٤٤٪) تعتقد أنها لا تقوم بدورها فى مجال الدعوة على الوجه الأكمل بفعل الضغوط والمعوقات التى يواجهونها فى ممارسة دورهم، فى

حين لم تتـجاوز نسـبة من أشـار إلى أنه يقـوم بدوره على الوجه الأكـمل عن (٢٣,٢٢٪) ، وإن كان بعـضهم يربط بـين ذلك وبين ضرورة معـاونة الوزارة لهم، وبالذات فى مجال إمدادهم بالكتب والمراجع الحـديثة، وأشارت نسبة لم تتجاوز (٨,٣٣٪) إلى أنها تحاول وتجاهد على قـدر استطاعتها. وكشف البحث عن العديد من المعوقات التى تحد من قيام الأئمة بدورهم وتتمثل فى:

أ- على المسـتوى الشـخصى: تحـدث المبحـوثون عن غلاء المعـيشـة ، وقلة الدخل، وعدم قـدرة البعض على الزواج، وبـعد المسجـد عن محل الإقـامة، والانشغال فى تدبيـر قوت الحياة اليومـية للأسرة، وعدم حفظ القـرآن كاملاً، والخوف والرهبة من الجمهور وبالذات خلال خطبة الجمعة، وعدم الثقة بالنفس والشعور بالعجز. والقهر النفسى وضعف الحصيلة العلمية.

ب- على المستوى الوظيفى: أثار المبحوثون قـضية الروتين والتعليمات الصارمة من الوزارة، والمعاملة السـيئة من جانب المفتش الدينـى، وعدم توافر الكتب أو اكتمالهـا ، والصراع بين العاملين فى مجال الدعوة، والتميـيز بين الأئمة وعدم أخذ المستحقات أو تأخيرها وتقيد الدعوة فى المساجد ، وعدم القدرة على شراء الجرائد والمجلات أو الكتب.

حـ- وعلى مسـتوى العـلاقة مع الناس: تحددت المعـوقات فى تدخل الناس وبالذات أعضاء مـجلس إدارة المساجد فيمـا لا يعنيهم على حد تعبـير البعض، وتراجع ثقة الناس فى الإمام، وسيادة النظرة إليه باعتـباره مواليا للحكومة وغير أمين وموظف قبـل أن يكون داعية، واستهـ اء الناس بصاحب الزى الأزهرى، وجهل الناس بأمور الدين وانشغالهم فى الماد ات.

١٠ـ أظهـر البحث أن هناك (٥١) مبحوثاً بنـسبة (٤٧,٢٢٪) ترى أن هناك عدداً كـبير يأتى لأخـذ المشورة فى حين أن نسـبة مماثلة ترى أن العـدد بسيط، ومالت نسـبة لم تتجاوز (٥,٥٦٪) إلى ترديد استجابة مخـتلفة تربط بين حجم التردد وطبيعة الموضـوعات . ففى المسائل الدينية والفقهية يأتى عـدد كبير، أما فى الأمور الأخرى فإن عدداً قليـلاً أو محدوداً، هو الذى يأتى لمشورة الأئمة، وتظهر البيانات هنا، أن كبار السن ٥٠ سنة فأكثر هم أكثر الفئات العمرية توجهاً للأئمـة طلباً للمـشورة فى المسـائل الفقـهيـة والدينية فى حين تنخـفض نسـبة متوسطى العمر أو الشباب. وعلى المستوى المهنى ، تلاحظ أن جماعة الفلاحين

والتجـار والحرفيين أكثـر إقبالاً على المشـورة . فى حين تنخفض إلى حد كبـير نسبـة توجه المهنيين والموظـفين والطلبة على مـشورة الأئمة ومن حـيث النوع، ترتفع نسبة توجه الرجال لمشورة الأئمة بالمقارنة بالنساء.

١١ـ مالت الغـالبية العظمـى من الأئمة أفراد عـينة البحث (٨٦,٩٣٪) إلى الإقرار بأن ما لديهم من معلومات غيـر كاف لممارسة دورهم فى مجال الدعوة، وأنهم فى حـاجة للمزيد مـن التثقـيف والتدريب، وبالذات على فـنون الإلقاء والخطابة، والتأثير فى الجماهير، وعاودوا التـأكيد على احتياجاتهم إلى الكتب، والدوريات السيـارة لمزيد من الاطلاع والتثقيف العـام، فى ظل ثورة المعلومات والاتصال، وارتفـاع مستـوى التعليم لدى كـافة طوائف الشعب، ولم تتـجاوز نسبة مـن أشار إلى كفاية مـا لديه من معلومات دينية تتـيح له ممارسة دوره فى مـجال الدعوة على الوجه الأكمل عن (١٣,٨٩٪) من إجمالى المبحوثين وهى بيانات حاسمة تؤكد تراجع المكانة الإتصاليـة للأئمة وانحسار قدراتهم التأثيرية، أو فاعليـتهم فى الحياة الواقـعية، واحتـياجهم للمزيد من الرعـاية والاعتناء فى مجال التأهيل والتدريب، وهى سـياسة تتبناها وزارة الأوقاف فى الوقت الراهن من خلال إنشاء العديد من المراكز الإقليمـية المعنية بإعادة تأهيل وتدريب الدعاة وأئمة المساجد، وهى سياسة فى حاجة إلى تقييم علمى للتثبت من مدى تحقيقها لأهدافها على أرض الواقع.

وتؤكد البيانات السابقة صحة الفرض الثالث للدراسة ومؤداه:

توجد معوقات ذاتية وموضوعيـة كبيرة تعوق قيام الأئمة بدورهم ، وتحد من قدراتهم التأثيرية أو فـاعليتهم فى الحياة الواقعيـة فى المجتمع المصرى فى الوقت الراهن.

١٢ـ أظهر البحث الفجوة الكبيرة بين أئمة المساجد كقنوات اتصال شخصى، وقنوات الاتصال الجماهيرى، وتبين ذلك بوضوح من المؤشرات التالية:

١- ينظر الجانب الأكبـر من المبحوثين (٧٥) مبحـوثاً بنسبة (٦٩,٤٥٪) إلى التليـفزيون بإعـتباره وسـيلة هدم وفـساد. ويفـيد هـنا أن نعرض لنمـاذج من الاستجابات لتوضيح حقيـقة الموقف من هذه القناة الإعلامية: «هو جهاز فاشل وخطر، اسمه المفـسديون، وسيلة لتدمـير عقول الشبـاب، نحن نعطى الجرعة الطيبة والتليفزيون يعرض الرقصات الخليـعة، وسيلة لإفساد الأخلاق وإغضاب

الرب، القائمون عليه شيوعيـون وعملاء ، هو رأس الفساد والبلاء بملء الفم، وسيلـة شيطانيـة» إلى غيرها من الاسـتجـابات التى تعكس مواقـف واتجاهات عدائية لدى القطاع الأكـبر من الأئمة نحو ممارسات التليفـزيون وبالذات نحو ما يقدمه من أفلام ومسلسلات وإعلانات يرونها مـخالفة لتعاليم الإسلام وتفسد ما يسعـون إلى إصلاحه. كمـا يسود لدى هؤلاء الأفراد الإعـتقاد بأن التليـفزيون يمارس دوراً خطراً فى تشويه صورة رجل الدين فى المجـتمع، وأنه بالذات أحد العوامل الرئيسية التى تكمن وراء تراجع مكانة الأئمة لدى الناس.

وتنعكس هذه المواقف والاتجـاهات العدائيـة من التليفـزيون فى المـمـارسات الاتصالية للأئمة، حيث كثيراً ما تصبح بعض المواد المقدمة عبر التليفزيون مواد للتندر والسخـرية والاستشهـاد باستشراء الفـساد والبعد عن الدين فى المجـتمع فوق المنابر، والتشكيك فى معظم الحملات الـتى يسعى التليفزيون إلى ترويجها بين الأفراد وبالذات حملاته فى مجال تنظيم الأسرة.

وتظهر البـيانات فى هذا المجـال محدودية درجـة تعود الأئمة على مـشاهدة التليفـزيون، حيث اخـتفت تماماً نسـبة التـعود على مشـاهدته «دائمًا» وبشكل مـنتظم ، فى حين أوضحت الغالبـية العظمى (٩٩) مـبحوثاً بنسـبة (٩١,٦٧٪) أنها أحياناً ما تشاهده، وحسب الظروف، وأوضحت نسبة تصل إلى (٨,٣٣٪) أنها لا تشـاهد التليفزيون على الإطلاق، وكشف البـحث فى هذا المجال، عن درجة التباين والازدواجية الواضحة، بين أنكار غالبية المبحوثين فى الحوار معهم حـول البـرامج المفـضلة فى التـليـفزيـون، لمشـاهدتهم الأفـلام والمسلسـلات والإعـلانات، وبين انتقـاداتهم واتهـاماتهم الشـديدة لهـذه المضامين، اذ كـيف ينتقدون شـيئًا لم يشاهدوه!! وانتهى البـحث فى هذا إلى تأكيد مـشاهدة الأئمة لهذه البرامج فى الممارسة الفعليـة ولكن لا يظهر ذلك فى استجاباتهم اللفظية. وقـد حظى برنامج الشيخ الشـعراوى، ومـصطفى مـحمـود على أعلى نسبـة تكرارات فى إشارات المبحوثين للبرامج التى يشاهدونها فى التليفزيون ووصلت هـذه النسـبـة إلى (٨٥٪) من إجـمـالى المبـحـوثين الذين أقـروا بمشـاهدتهم للتليفزيون.

٢- على الرغم من التحسـن النسبى فى موقف واتجاهات الأئمـة من وسيلة الراديو، حيث ينظر (٦٠) مبحوثاً بنسبة (٥٥,٥٥٪) إليـه باعتباره وسيلة مفيدة وتخدم الدعوة. تظل هناك نسبة غير قليلة تكاد تقترب من نصف عدد المبحوثين

تتعامل مع الراديو على أنه وسيلة ضارة وخطرة (١٥) مبحوثاً بنسبة (١٣,٨٩٪)، أو أنه وسيلة ضعيفة وغير فعالة بين الناس (١٢) مبحوثاً بنسبة (١١,١٢٪)، أو أنها لا تعتقد فى الراديو سوى فى محطة القرآن الكريم وما عداها من محطات وبرامج إذاعية «عبث» على حد تعبير (٢١) مبحوثاً بنسبة (١٩,٤٤٪) من إجمالى المبحوثين ، وهو أمر يؤكد التراجع النسبى الملحوظ فى درجة ارتباط الأئمة أيضا بهذه الوسيلة الإعلامية على الرغم من موقفهم الإيجابى العام تجاه الراديو بالمقارنة بالتليفزيون.

وتدعم بيانات درجة التعود على الاستماع للراديو وكذا ، البرامج المفضلة، صحة حقيقة ضعف ارتباط الأئمة بهذه الوسيلة الإعلامية . فهناك (٦٦,٦٦٪) من إجمالى المبحوثين تستمع إلى الراديو أحياناً وبالمصادفة، و(٥,٥٦٪) لا تستمع إليه على الإطلاق، فى حين لم تتجاوز نسبة الاستماع الدائم أو المنتظم للراديو لدى جماعة الأئمة (٢٧,٧٨٪) من إجمالى المبحوثين، وكما أوضح (١١,٦١٪) من المبحوثين أنهم لا يسمعون سوى إذاعة القرآن الكريم فقط، وأشارت نسبة لم تتجاوز (٩,٢٦٪) إلى ميلها بالإضافة إلى الاستماع إلى البرامج الدينية الاستماع إلى نشرات الأخبار والبرامج السياسية، كما وردت على لسان المبحوثين على سبيل الحصر برامج: همسة عتاب، ولقاء الشيخ الشعراوى، وشاهد على العصر، وأقوال الصحف ولغتنا الجميلة ، وعلى الناصية وأجراس الخطر، وربات البيوت، دون بقية البرامج الأخرى، وهى عادة إما برامج تذاع فى الصباح الباكر أو فى ساعات متأخرة من الليل. وهى على ما يبدو الفترات التى تتزايد احتمالات تعرض الأئمة خلالها للراديو أما بقية الفترات فتكاد تكون معدومة بالنسبة للغالبية العظمى من الأئمة أفراد عينة البحث.

٣- أظهر البحث أن مركز الجرائد لدى جماعة الأئمة لا يقل سوءاً عن مركز التليفزيون، فالجانب الأكبر من الأئمة أفراد عينة البحث، ترى أن الجرائد إما وسيلة هدامة ولا تخدم الدعوة أو غير صادقة وأمينة بنسبة (٥٤,٣٥٪) من إجمالى تكرارات رأى المبحوثين فى الجرائد، كما أنها تابعة للحكومة وللسياسيين والعلمانيين ولا تخدم شخصية الداعية بنسبة (٦,٥٢٪) لكل منهما. ولم تتجاوز نسبة الاستجابات التى أشارت إلى أنها مهمة وجيدة (٤,٣٥٪)، ومالت نسبة لا تتجاوز (١٠,٨٩٪) إلى الإشارة إلى أنها ممتازة،

ولكن ربطت ذلك بعدة شروط منها الصدق وتخصيص مساحة أكبر للصفحات الدينية مع انتظام هذه الصفحات، وأن تنهج النهج الإسلامى فى معالجة موضوعاتها، وهى شروط تشير إلى عدم رضا هؤلاء الأفراد أيضاً عن الممارسات الحالية للجرائد.. وقد انعكس هذا الموقف العدائى وغير الودى الغالب لجماعة الأئمة فى درجة تعودهم على قراءة الجرائد، فالجانب الأكبر (٦١,١١٪) يقرأ الجرائد أحيانًا وبالمصادفة و (١١,١١٪) لا تقرؤها على الإطلاق فى حين لا ينتظم فى قراءتها سوى (٢٧,٧٨٪) من إجمالى المبحوثين وأظهر الحوار حول أسماء الجرائد المفضلة عن انحصار هذه الجرائد فى الجرائد الدينية، والجرائد القومية وقلة تعرض الأئمة للجرائد الحزبية، كما أن المواد الصحفية المفضلة لديهم فى القراءة هى المواد الدينية ولها الأولوية، ثم الأخبار والعناوين العامة، ومقالات الكتاب. ويأتى هنا على سبيل الحصر مقالات، مصطفى محمود، وأحمد بهجت، وثروت أباظة، وجمال بدوى، وأخيراً الرياضة والحوادث. وهى كلها بيانات تدعم صحة حقيقة ضعف ارتباط الأئمة بالجرائد أو تفاعلهم معها، إما بفعل موقفهم العدائى منها أو لعدم قدرتهم على شرائها .

٤- تقرأ الغالبية العظمى من الأئمة المجلات أحيانًا وهى هنا المجلات الدينية فقط، ولا يقرأ المجلات على الإطلاق (٣٦,١١٪) فى حين لا ينتظم فى قراءة المجلات سوى (٢٢,٢٣٪) من إجمالى المبحوثين، ويعود السبب الرئيسى هنا لضعف ارتباط الأئمة بهذا المصدر الإعلامى الجماهيرى لعدم قدرتهم على شراء المجلات وارتفاع أسعارها

٥- يحظى الكتاب بمكانة وأهمية خاصة لدى الأئمة أفراد عينة البحث، فهناك (٨٠,٥٦٪) تقرأ الكتب بانتظام فى حين يقرأ الكتب أحيانًا (١٩,٤٤٪) واختفت تماما نسبة عدم قراءة الكتب بين المبحوثين. وتعد الكتب بذلك هى المصدر الوحيد والأساسى تقريباً الذى يستعان به فى تزويد الأئمة بالمعلومات والمعارف عن الموضوعات التى يزمعون الحديث فيها خلال نشاطاتهم الإتصالية ومع ذلك فقد تبين انحصار عملية قراءة الأئمة للكتب على قراءة الكتب الدينية فقط، ويندر قراءتهم للكتب الأخرى فى مجالات العلوم الإنسانية المختلفة، ربما بفعل عجزهم التام عن الحصول على هذه الكتب.

وتؤكد البيانات السابقة، صحة الفرض الرابع للدراسة وفى إطارها يمكن القول:

تتسع الفجوة بين أئمة المساجد كقنوات اتصال شخصى وقنوات الإتصال الجماهيرى وبالذات التليفزيون وتصنف العلاقة بينهما على أنها عدائية أو ضعيفة وغير متكاملة.

١٣ـ أظهرت البيانات الفجوة الواسعة بين ما يروج عبر وسائل الإعلام المختلفة وبالذات التليفزيون والراديو عن موضوع تنظيم الأسرة، وبين موقف الأئمة من هذا الموضوع. فقد أظهر المبحوثون فى هذا المجال موقفاً عدائياً واضحاً من الدعوة لتنظيم الأسرة، فهناك بداية (٣٣) مبحوثا بنسبة (٢٥,٥٨٪) ترى «أن الأرزاق بيد الله»، وهى دعوة حرام وضد الدين لدى (٢٧) مبحوثاً بنسبة (٢٠,٩٣٪) وكلام فاضى وفساد فى تصور (٢١) مبحوثاً بنسبة (١٦,٢٨٪) ومخطط غربى هدام موجه لضرب المسلمين لدى (١٥) مبحوثاً بنسبة (١١,٦٣٪). وبعبارة أخرى، فإن هناك (٧٤,٤٢٪) من الأئمة عينة البحث يعارضون تماماً الدعوة لتنظيم الأسرة ولا يؤمنون بهذا الموضوع ولا يساندونه، وموقفهم منه فى الممارسة العملية إما الصمت والإمتناع عن الحديث أو عدم التعاون مع قنوات الاتصال الأخرى، أو التلميح بحرمانية هذا الموضوع وبالذات فى الدروس واللقاءات الخاصة. ولم تتجاوز نسبة التأييد والموافقة الصريحة بين جماعة الأئمة للدعوة لتنظيم الأسرة (٢,٣٣٪) ، وربط (٣٠) مبحوثًا بنسبة (٢٣,٢٥٪) بين الموافقة على التنظيم والامتناع عن الخلفة، وحالة وجود ضرورة طبية فقط يقررها طبيب ثقة. وفى إطار الدعوة العامة لتنظيم الأسرة والتى تتحدث عن صعوبة الحياة وقلة الدخول وضعف الموارد. . . إلخ. فإن هذه النسبة من الأفراد تعارض مثل هذه التوجهات وبالتالى فهى فى التحليل الأخير ضد فكرة التنظيم العامة التى تدعو إليها الدولة أو قنوات الإعلام الجماهيرى التى توجهها الحكومة. وخلص البحث فى هذا المجال إلى أن ما يقرب من (٩٧٪) من الأئمة يعارضون الدعوة العامة لتنظيم الأسرة، ويعتبرون أحد المعوقات القوية لها سواء بالامتناع عن تأييدها، أو بمناهضة الأفكار والمبادئ العامة التى تستند إليها خلال أدائهم الاتصالى العام أو الخاص.

١٤ـ يتخذ الجانب الأكبر من الأئمة أفراد عينة البحث موقفاً من قضايا

التطرف والإرهاب يتباين كثيراً عن التوجهات الرسمية للدولة حيال هذا الموضوع، فباستثناء الحديث عن سماحة الإسلام ومعارضته لترويع الآمنين ، والحاجة إلى الحوار مع المتطرفين بالحسنى والذى لم يتجاوز (١٩,٤٥٪) من إجمالى تصورات المبحوثين لموضوع التطرف وهى التصورات التى تقترب من الرؤى الرسمية للموضوع، فإن بقية التصورات، ترى أن السبب فى التطرف يعود إلى أعداء الإسلام واستشراء الفساد (١٩,٤٥٪) وإلى عدم تطبيق الشريعة الإسلامية، أو مراعاة أولو الأمر لضمائرهم (١٦,٦٧٪) وبسبب البطالة وعدم وجود فرص عمل للشباب (١٣,٨٩٪) وإلقاء اللوم على الإعلام (٨,٣٣٪) ثم إن الكثير ممن يطلق عليهم «متطرفون» مخلصون للدعوة (٨,٣٣٪)، وأنه لا يوجد فى الواقع تطرف وأن ذلك شائعات وافدة لأن الإسلام ليس فيه تطرف (٨,٣٣٪) وأخيراً، فإن سلوك المجتمع المصرى كله فى الوقت الراهن سلوك متطرف بسبب عدم الالتزام بالقيم الإسلامية الأصيلة. وخلص البحث فى هذا المجال إلى سيادة تصورات لدى القطاع الأكبر من الأئمة ـ المفترض أنهم يعملون مع جهاز الدولة ـ لا يختلف كثيراً عما يوجد من تصوات وتبريرات لدى الجماعات الدينية الأخرى المناهضة، فالمجتمع كله متطرف ، والإعلام هو السبب ، وعلى المسئولين أن يتقوا الله، ولا يوجد تطرف وكلها شائعات والفساد، وأعداء الإسلام إلى غيرها من التعبيرات التى تستخدمها الجماعات الدينية المعارضة للحكومة وللوضع القائم، وهو أمر يضفى المزيد من التأكيدات على عمق الفجوة بين قنوات الاتصال الجماهيرية وإحدى قنوات الاتصال الشخصى التى يفترض فى جانب أنها رسمية أيضاً ، وتشرف عليها الدولة، ولنا طبقاً لذلك، أن نفترض أن الفجوة سوف تتسع ويزداد عمقها، فى حالة قنوات الاتصال الشخصى غير الرسيمة أو الطبيعية، وهو أمر ينعكس سلبياً على الحملات الإعلامية القومية، ويضعف بصفة عامة من بناء الاتصال الراهن فى المجتمع المصرى.

١٥ـ أظهر البحث تأثير الثقافة الدينية على تصورات جماعة الأئمة أفراد عينة البحث لموضوع الفساد فاستشراء الفساد فى المجتمع، يعود فى المقام الأول إلى بعد الناس عن الدين، وعدم تمثل قيم الإسلام الصحيحة بنسبة (٣٢,٦١٪) ويلى ذلك تدهور الأحوال المادية وغلاء المعيشةوانتشار البطالة بنسبة (٢٦,٠٨٪) ثم بسبب فساد المسئولين بنسبة (١٠,٨٧٪) وسيطرة النزعة المادية

وانعـدام الضمـير بنسـبة (٨,٨٩٪) وتشجـيع وسائل الإعـلام للفسـاد واتساع الفوارق الطبقيـة بنسبة (٦,٥٣٪) لكل مـنهما، وبسبب ضعـف القانون وعدم احـترامه بنسبة (٤,٣٥٪) وأخيراً نتيجة التساهل مع المفـسدين وضعف التنشئة الأسرية بنسبة (٢,١٧٪) لكل منهما.

وفى تصور الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٠) مبحوثاً بنسبة (٥٥,٥٥٪) فإن الكبار والمسئولين هم الأكثر إفساداً وأن من صلاحهم صلاح الرعية. ويلى ذلك الإحساس بأن الفساد قد استشرى وطال جـميع الفئات الكبيرة والصغيرة (٣٠) مبحوثاً بنسبة (٢٧,٧٨٪) وعلى أساس ، أن الفساد لا يتوقف فقط على الفساد المادى أو الإدارى. . إلخ. ولكن الفسـاد الخلقى والانحلال، وأخيـراً، النساء فهن وراء كل بلاء وفساد على حد تعبير بعض المبحوثين.

وقد مالت الأغلبية إلى تأكيد قدرتهم على كشف الفساد ومحاربته، ولكن ما يحد مـن قدرتهم فى هذا المجـال، هو الرهبة من المسـئولين والمبـاحث، وعدم حمـاية الدولة لهم إذا ما تصدوا لكبـار المفسدين فى المناطق التى يعـملون بها. وخلص البـحث فى هذا المجال، إلى تركـيز تصـدى الأئمة فى الواقع الفـعلى للفساد، على الفساد الخلقى، وسيطرة هذا الفهم للفساد فى أحاديثهم وخطبهم والدروس اليومية، وغيبة التصدى للفساد الإدارى أو الاقتصادى.

١٦- كشف البحث عن الميل العام الغالب للأئمة أفراد عينة البحث للنظر إلى «الإخوة» الذين يعـملون فى مجال الدعوة خـارج نطاق وزارة الأوقاف والذين يطلق عليهم الجـماعات الدينيـة باعتبـارهم مجاهدين ومـخلصين للدعوة (٣٩) مبحوثًا بنسبة (٣٦,١١٪)، كما يرى (٣٦) مبحوثاً بنسبة (٣٣,٣٣٪) أن فيهم المخلص وفيهم غير المخلص، وتحدد عدم الإخـلاص هنا أساساً فى عدم معرفة الطريق الصحيح للدعوة، وأشـار (١٢) مبحوثاً بنسبة (١١,١١٪) إلى أن فيهم من يدعو إلى الله بالحسنى ، وفيهم المتعـصب للرأى. ولم تتجاوز نسبة المواقف التى يمكن تصنيفها على أنها عدائية. أو شبه عدائية تجاه هذه الجماعات (١٣,٨٩٪). حيث يسـود التصور لدى هؤلاء الأفراد بأن للدعـوة رجالها المتخـصصين، وأن هذه الجماعـات غير مخلصـة للدعوة. ومالت نسبـة لم تتجاوز (٥,٥٦٪) إلى اتخاذ موقف حـيادى من الموضوع. وامتنعت عن إبداء رأيها، وأبدت اسـتجابة تنم عن ذلك «الله أعلم بالنوايا».

ولا تختلف نتـائج الحوار مع المبـحوثين حول تصـوراتهم لمدى كفـاءة أفراد الجمـاعات الدينيـة الأخرى فى الدعـوة، عن نتائج الحوار مـعهم حـول درجة إخلاص هؤلاء الأفـراد لها. فالجانب الأكـبر من المبحـوثين، يرى أن أفراد هذه الجماعـات يتمتعون بكفاءة قوية فى الدعوة (٣٦) مبحوثاً بنسبة (٣٣,٣٣٪) فى حين يرى (٣٣) مـبحوثاً بنسـبة (٣٠,٥٦٪) أن منهم المجتـهد والكفء ومنهم الجاهل وغير الكفء. ولم تتجاوز نسـبة من أشار إلى أن كفاءتهم محدودة عن (٣٠) مبـحوثاً بنسـبة (٢٧,٧٨٪). ومـالت نسبـة وصلت إلى (٨,٣٣٪) إلى ترديد استجابات أكثر حيادية بالقول «حسب الضمير وحبه للدين».

وقد خلص الحوار مع المبـحوثين حول أساليب الجماعـات الدينية فى الدعوة إلى سيادة تصور لديهم يرى أن الفرصة متاحة بشكل أفضل أمام هذه الجماعات لممارسـة الدعوة والاختـلاط بالناس فى مـواقع العمـل وفى البيـوت، وتقديم الخدمـات والتبرعـات والمساعدات، ومـشاركة الناس فى حـل مشكلاتهم وفى أحزانهم وأفـراحهم. فى حين أن الأئمـة مقيـدون داخل جدران المسـاجد من العصر حتى العشاء لا يأتى إليهم أحد رغم أنها من أفضل الفترات للخروج إلى الناس والإلتقاء بهم.

وكان الأكثر أهمية فى هذا المجال ، هو علاقة الأئمة بأفراد هذه الجماعات، حـيث أظهر البحث أن هناك (٤٢) مبحـوثاً بنسبة (٣٨,٨٩٪) لديه عـلاقة طيبة مع أفراد الجماعات الدينية ورددوا فى ذلك استـجابات من قبيل : «علاقة طيبة لأنهم أهل إصلاح، علاقـة حسنة لأنهم أخوة فى الدين، علاقـة طيبة بمن أثق فى علمه منهم»، و(١٥) مبحوثاً بنسبة (١٣,٨٩٪) علاقته «عادية» فى حين أن هناك (٥١) مـبحوثاً بنسـبة (٤٧,٢٢٪) إما علاقـته محـدودة أو ضعيـفة أو لا توجد علاقة ألبـته بينه وبين أفراد هذه الجماعات. ويعـود السبب الأساسى هنا ليس إلى موقف عـدائى من قبل الأئمة تجـاه أفراد هذه الجمـاعات، ولكن لأن أفراد هذه الجماعات غير مقتنعين أصلاً على حد قول بعض المبحوثين بالأوقاف، ويتخـذون موقفًا غيـر إيجابى من رجالهـا بإعتبارهم رجـال الدولة ولا يقولون الحق.

وقد انتهى البحـث من مناقشة موقف الأئمة من أفراد الجمـاعات الدينية إلى وضع بالغ التناقض والغرابة، دولة ممثلة فى وزارة الأوقاف تبنى سـياستها على

أساس الإشراف على المساجد وسد ساحتـها أمام الجماعات الدينية المناهضة من خلال تعيين أئمة تابعين لها يستـعان بهم، أو هذا هو المفترض، لمناهضة الأفكار التى تروج لها هذه الجماعـات، وأئمة يعانون من مشاكل ومعوقـات جمة يسود لديهم اتجاه عام غـالب ينظر إلى أفراد هذه الجماعات نـظرة إيجابية، ويؤمن فى إخلاص وصدق أفرادها فى الدعـوة وكفاءتهم فى القيام بها، ويتـعاملون معهم على أنهم «إخـوة» فى الإسـلام أكـثـر من أى شيء آخـر، وهو وضع يوصى البحث بضرورة دراسته وتحليله للتعرف على أبعاده ونتائجه فى الواقع الفعلى.

وتؤكـد البـيانات السـابقـة حـول مـوقف أئمـة المساجـد من بعض القـضـايا المطروحة، صحة الفرض الخامس للدارسة وفى إطارها يمكن القول:

يتخـذ أئمة المساجد مـواقف واتجاهات إزاء قضـايا تنظيم الأسرة ، والتطرف والأرهاب ، والفسـاد، والتنظيمـات الدينية غـير الشـرعية، تتـباين مع توجـهات الخطاب العام للدولة والموقف الرسمى المعلن إزاء هذه القضايا.

١٧ - يخلص البحث إلى صياغة الإفتراض الآتى :

"لا تشارك المؤسسات الدينية فى المجتمع المصرى فى المرحلة الراهنة بفاعلية فى إحداث التنمية وبرامج التغيير الجارية، وأن ذلك يعد أحد المعوقات الرئيسية أمام انجاح هذه البرامج" ونأمل أن يخضـع هذا الإفتراض للفحص والدراسة، من جانـب الباحثين والمعـنيين بشئـون التنميـة، بالنظر إلى حقـيقة أنه يـصعب إحداث تنمية حـقيقية فى مصر بالـتصادم أو تغييب أو عدم مشـاركة المؤسسات الدينية القائمة .

١٨- يتبنى البحث المـقترحات التى قدمـها المبحوثون فى الحوار مـعهم حول أساليـب تحسين الدعـوة وأوضاع أئمـة المساجـد التى وردت تفصـيلاً فى خـتام الدراسة الميـدانية، ودارت حول تحسين الوضـع المادى للأئمة ، وحرية اختـيار الموضوعات فى إطار الإلتزام بإطار معين ، والعمل على تحسين صورة الإمام فى وسائل الإعلام ولدى المسئولين ، وإعداد الأئمة إعداداً جيداً فى مراحل التعليم المختلفة، وعقد دروات تدريبية متخـصصة كل سنتين لهم، والتدقيق فى اختيار

الأئمة، واقتصار التعيين على من تتوافر لديه الرغبة فى العمل دون إجبار أو تكليف، والحرص على تعيين الأئمة فى الأماكن القريبة لمحل إقامتهم، وعدم تقييد الأئمة فى مكان واحد وهو المسجد، والسماح له بالانتقال إلى أماكن التجمعات وإلى الناس فى النوادى والمدارس والحقول لتبليغ الدعوة والاحتكاك بالشباب دون الجلوس فى المسجد انتظاراً لحضور الناس . والعمل على تحسين العلاقة بين الأئمة والمفتش الدينى، ووضع ضوابط محكمة لهذه العلاقة والتفكير بجدية فى إنشاء نقابة للأئمة لرعايتهم والدفاع عن حقوقهم . والاهتمام بمكتبة الإمام، وتزويده بالجرائد والمجلات المتخصصة والعامة دورياً وبالمجان حتى يكون على بصيرة بكل ما يدور حوله من متغيرات.

المحتويات

الموضـــوع	الصفحة

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٤٢٤١ / ١٩٩٥
الترقيم الدولى 9761 -00 - 977

المطبعة التجارية الحديثة
٢٢ شارع إدريس راغب - الظاهر - غمرة
ت ٠ ٤ ٥٩٠٣٣٦ رمسيس - القاهرة